



INSTITUTO POLITÉCNICO DE SANTARÉM



ESCOLA SUPERIOR DE DESPORTO DE RIO MAIOR

MESTRADO EM DESPORTO

ESPECIALIZAÇÃO EM DESPORTO DE NATUREZA

**O PERFIL DO TURISTA PRATICANTE DE SURF EM
PENICHE**

Carlos Filipe Pinto Rebelo

Orientador: Prof. Doutor Jorge Alexandre Pereira Soares

Co-Orientador: Prof. Doutor Luís Carvalhinho

Dezembro de 2010

*Dissertação com vista à obtenção do
grau de Mestre em Desporto, com
Especialização em Desporto de
Natureza.*

AGRADECIMENTOS

A conclusão do curso de Mestrado em Desporto, com Especialização em Desporto de Natureza, é o resultado de um percurso de dois anos de convivência com saberes da instituição na qual fui discente. Com este trabalho termina mais uma etapa da minha vida, que me enriqueceu para além das minhas expectativas. Deste modo, pretendo aqui expressar os meus sinceros agradecimentos a todos os que, directa ou indirectamente, permitiram que este trabalho de tornasse numa realidade.

Antes de mais, gostaria de agradecer a toda a minha família, por todo o apoio que me prestaram ao longo destes dois anos, assim como a total compreensão em relação a todas as decisões e opções por mim tomadas. Mesmo estando longe, estiveram sempre perto.

À minha namorada, um especial agradecimento pelo carinhoso incentivo, pelo apoio, acompanhamento e paciência que teve, possibilitando-me uma boa estabilidade para ultrapassar as etapas que me foram sendo impostas.

A todos os meus amigos que, de uma forma ou outra, me ajudaram a concluir este trabalho.

Aos meus Orientador, Professor Doutor Jorge Soares e Co-orientador, Professor Doutor Luís Carvalhinho, pelos contributos importantíssimos que deram para a realização das diversas fases dos trabalhos e que em cada momento ajudaram com a sua experiência, saber científico e apoio demonstrados.

A todos os professores do Curso de Mestrado em Desporto da ESDRM, pelos ensinamentos transmitidos.

Aos meus colegas de Mestrado, pela troca de experiências.

RESUMO

O surf é, actualmente, uma modalidade que está francamente na moda e goza de uma fortíssima imagem de marca. Por isso, é usado em todo o mundo, de forma sistemática, para vender um produto turístico. O Turismo de Surf constitui uma nova oportunidade de negócio a nível mundial, fazendo parte da indústria multimilionária de turismo de aventura. Peniche, pelas suas características naturais, constitui um local de excelência para a prática de desportos náuticos de deslize, nomeadamente o surf.

O presente estudo teve como propósito a identificação do perfil dos turistas de surf que visitam Peniche. O principal objectivo desta investigação consistiu no desenvolvimento do conhecimento do Turismo de Surf e do seu impacto no concelho. Procurou compreender-se as características e comportamentos mais relevantes dos turistas de surf, identificar os pontos fortes e pontos fracos das condições actuais existentes no concelho para a prática da modalidade, aferir acerca da sazonalidade desta prática e os seus efeitos na economia local. Para atingir os objectivos, foi construído um questionário que foi aplicado aos turistas praticantes de surf, tendo-se obtido uma amostra de 207 indivíduos.

Os resultados permitiram tipificar o turista que visita o concelho para praticar surf, possibilitando a adaptação de políticas e estratégias adequadas a um correcto posicionamento de Peniche, conforme as características intrínsecas dos mesmos. A criação de melhores condições nas praias poderá reflectir-se também, do ponto de vista do impacto económico, na criação de postos de trabalho e na fidelização dos turistas, contribuindo para a redução da sazonalidade.

O conhecimento produzido por esta investigação poderá proporcionar o desenvolvimento de produtos orientados para as reais necessidades e motivações dos turistas de surf que visitam Peniche.

Palavras-chave: Surf; Perfil; Turismo Desportivo.

ABSTRACT

Nowadays, surf is a sport is vogue and can be considered a brand image. Therefore, it is practiced all over the world as a systematic form in the selling of touristic products. Worldwide, surf tourism has established a new opportunity for business, being part of a multimillionaire industry in adventure tourism. Due to the natural conditions, Peniche, is the perfect setting for the practice of nautical sports, namely surf.

The present study aims to identify the type of surf tourists that visit Peniche and the impact surf tourism has on this district. It focuses in understanding the various characteristics and behaviors of surf tourists, identifying the strengths and weaknesses of the present conditions comparing the seasonal practice of this sport and how it influences the local economy. To attain these results a survey has been made to two hundred and seven surf tourists.

The results of this survey provide a typification of the tourist that visit this district to practice surf, making it possible to adapt more correct and adequate policies and strategies for Peniche. The improvement of conditions on the beaches reflect the impact on the economy, offering new job opportunities and confidence to the tourists contributing to the frequency of this sport all year round.

The knowledge acquired by this investigation can produce the development of products that are focusing on the necessity and motivations required by surf tourists that visit Peniche.

Key-words: Surf; Profile; Sport Tourism.

ÍNDICE GERAL

Agradecimentos.....	I
Resumo.....	II
<i>Abstract</i>	III
Índice Geral.....	IV
Índice de Quadros.....	VII
Índice de Figuras.....	IX
Índice de Gráficos.....	X
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1. Problemática.....	1
1.2. Enquadramento.....	2
1.3. Justificação da Investigação.....	4
1.4. Objectivos da Investigação.....	6
1.5. Estrutura do Trabalho.....	7
2. REVISÃO DA LITERATURA.....	9
2.1. Portugal, o Mar e o Turismo Náutico.....	13
2.2. Surf – Um Fenómeno de Dimensão Global.....	15
2.2.1. O Princípio.....	16
2.2.2. O Renascimento.....	16
2.2.3. O Nascimento do Surf Moderno.....	17
2.2.4. O “Boom” do Surf.....	17
2.2.5. A Introdução do Surf em Portugal.....	19
2.2.6. O Surf na Actualidade.....	19
2.3. O Que é o Turismo de Surf.....	22
2.3.1. As Escolas de Surf.....	27
2.3.2. As Implicações do <i>Crowd</i> na Onda.....	29
2.4. O Potencial de Crescimento do Turismo de Surf.....	31

2.4.1. A Importância dos Eventos Desportivos de Surf.....	32
2.5. A Gestão da Orla Costeira e o Turismo de Surf.....	34
2.6. Caracterização do Concelho de Peniche.....	36
2.6.1. Peniche: Especificidades Territoriais.....	36
2.6.2. Realidade Demográfica e Características Económicas.....	37
2.6.3. O Aproveitamento das Potencialidades do Mar para o Concelho.....	40
2.6.4. O Perfil do Turista de Peniche: Motivações e Níveis de Satisfação...	50
2.6.5. História do Surf em Peniche.....	51
2.6.6. Peniche como Destino de Surf.....	54
3. METODOLOGIA.....	62
3.1. Método de Investigação.....	63
3.2. Variáveis.....	64
3.3. Método de Recolha de Dados.....	65
3.4. Construção do Questionário e Pré-Teste.....	66
3.5. Escalas de Medidas e Definição da Versão Final.....	68
3.6. Definição do Universo da Investigação e do Processo de Amostragem Utilizado.....	71
3.7. Recolha da Informação.....	72
3.8. Codificação e Tratamento Preliminar dos Dados.....	73
3.9. Definição dos Métodos e Técnicas de Análise Quantitativa dos Dados.....	73
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	74
4.1. Caracterização Sócio-demográfica da Amostra.....	75
4.1.1. Género.....	75
4.1.2. Idade.....	76
4.1.3. País de Residência.....	77
4.1.4. Habilitações Literárias.....	78
4.1.5. Situação Profissional.....	79
4.1.6. Rendimento Médio Mensal Líquido.....	79
4.2. Caracterização do Impacto Económico na Economia Local.....	80
4.2.1. Companhia de Viagem.....	80
4.2.2. Tempo de Permanência.....	82

4.2.3. Tipo de Alojamento Utilizado.....	82
4.2.4. Principal Meio de Transporte Utilizado na viagem.....	83
4.2.5. Gastos em Transportes de Ida e Volta.....	84
4.2.6. Gastos com a Prática de Surf.....	84
4.2.7. Gastos com Outros Serviços ou Produtos.....	86
4.2.8. Gastos Diários, Excluindo Viagem e Alojamento.....	91
4.2.9. Fonte de Informação de Peniche como Destino de Surf.....	92
4.2.10. Forma de Organização da Viagem.....	93
4.3. Potencialidades de Peniche como Destino de Surf.....	93
4.3.1. Principais Motivações na Escolha de Peniche como Destino de Surf..	94
4.3.2. Melhorar a Qualidade de Peniche como Destino de Surf.....	96
4.4. Sazonalidade.....	98
4.4.1. Visitas Anteriores a Peniche para Praticar Surf.....	98
4.4.2. Épocas de Visitas Anteriores.....	98
4.4.3. Intenção de Voltar.....	99
4.5. Cruzamento de Variáveis.....	100
5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	102
5.1. Principais Conclusões da Investigação.....	103
5.2. Limitações da Investigação.....	105
5.3. Perspectivas de Investigação Futuras.....	106

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ÍNDICE DE QUADROS

2. REVISÃO DA LITERATURA

Quadro 2.01.–	Características Psicográficas e demográficas que caracterizam os factores de escolha do destino.....	25
Quadro 2.02.–	Equipamentos e serviços existentes no concelho de Peniche (2002).....	39
Quadro 2.03.–	Contabilização de Entradas/Dormidas no parque de Campismo Municipal.....	42
Quadro 2.04.–	Gasto médio dos turistas por países de residência segundo o motivo da viagem.....	45
Quadro 2.05.–	Potencialidades do Concelho de Peniche no que concerne à actividade turística.....	45
Quadro 2.06.–	Estratégias para o Turismo e a prática de desportos de deslize.....	47
Quadro 2.07.–	Planeamento do projecto de desenvolvimento da marca “Peniche – Capital da Onda”.....	48
Quadro 2.08.–	Motivo da escolha da cidade de Peniche pelos turistas.....	51

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Quadro 4.01.–	Férias com a família – nº de acompanhantes.....	81
Quadro 4.02.–	Férias com amigos – nº de acompanhantes.....	81
Quadro 4.03.–	Gastos em aluguer de material.....	85
Quadro 4.04.–	Gastos na compra de material.....	85
Quadro 4.05.–	Gastos na compra de aulas de surf.....	85
Quadro 4.06.–	Gastos com outros.....	85
Quadro 4.07.–	Gastos com outros serviços ou produtos – artesanato.....	87
Quadro 4.08.–	Gastos com outros serviços ou produtos – combustível.....	87
Quadro 4.09.–	Gastos com outros serviços ou produtos – alojamento.....	88
Quadro 4.10.–	Gastos com outros serviços ou produtos – alimentação.....	88
Quadro 4.11.–	Gastos com outros serviços ou produtos – actividades culturais.....	89

Quadro 4.12.-	Gastos com outros serviços ou produtos – outras actividades desportivas.	89
Quadro 4.13.-	Gastos com outros serviços ou produtos – vida nocturna e entretenimento.....	90
Quadro 4.14.-	Gastos com outros serviços ou produtos – Tours/excursões.....	90
Quadro 4.15.-	Gastos com outros serviços ou produtos – comunicações.....	91
Quadro 4.16.-	Gastos com outros serviços ou produtos – outros.....	91
Quadro 4.17.-	Fonte de informação de Peniche como destino de surf.....	92
Quadro 4.18.-	Distribuição das principais motivações dos inquiridos na escolha de Peniche como destino de surf.....	94
Quadro 4.19.-	Necessidades de melhoria para aumentar a qualidade de Peniche como destino de surf.....	96
Quadro 4.20.-	Época do ano de visitas anteriores a Peniche para praticar surf.....	98

ÍNDICE DA FIGURAS

2. REVISÃO DA LITERATURA

Figura 2.01. –	Exemplo de <i>Crowd</i> no Mar.....	30
Figura 2.02.–	Logótipo da marca “Peniche – Capital da Onda”.....	47
Figura 2.03.–	Futuras Instalações do Centro de Alto Rendimento de Surf em Peniche.....	49
Figura 2.04.–	Cartaz do “I Torneio Internacional de Surf – Peniche 1977”.....	52
Figura 2.05.–	Imagem Promocional da marca “Peniche – Capital da Onda” 2009.....	56
Figura 2.06.–	Imagem Promocional da marca “Peniche – Capital da Onda” 2010.....	56
Figura 2.07.–	Cartaz Promocional do Rip Curl Pro Search.....	58
Figura 2.08.–	Pico da Mota no dia 24 de Outubro 2009, durante o Rip Curl Pro Search.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

2. REVISÃO DA LITERATURA

Gráfico 2.01.–	Dispersão geográfica por NUTS III das Escolas de Surf federadas em Portugal.....	28
Gráfico 2.02.–	Evolução da População Residente no Concelho de Peniche entre 1960 e 2004.....	38
Gráfico 2.03.–	Nº Geral de entradas de turistas em Peniche entre 1994-2008.....	43
Gráfico 2.04.–	Nacionalidades dos turistas que mais visitaram Peniche entre 2005-2008.....	44
Gráfico 2.05.–	Popularidade dos destinos por resultados nos motores de busca – Posicionamento de Peniche.....	57
Gráfico 2.06.–	País de residência dos inquiridos que assistiram ao campeonato.....	59
Gráfico 2.07.–	Conhece a Marca Capital da Onda?.....	60
Gráfico 2.08.–	Quantos dias vai permanecer em Peniche para assistir ao evento?.....	60

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Gráfico 4.01.–	Distribuição dos turistas de surf, por género.....	75
Gráfico 4.02.–	Distribuição dos turistas de surf, por faixa etária.....	76
Gráfico 4.03.–	Distribuição dos inquiridos, por país de residência.....	77
Gráfico 4.04.–	<i>Targeting</i> de mercados internacionais – mercados alvo.....	78
Gráfico 4.05.–	Distribuição dos inquiridos, por habilitações literárias.....	78
Gráfico 4.06.–	Situação profissional dos turistas de surf inquiridos.....	79
Gráfico 4.07.–	Distribuição dos inquiridos, por intervalo de rendimento médio mensal líquido.....	79
Gráfico 4.08.–	Companhia de viagem.....	80
Gráfico 4.09.–	Distribuição do inquiridos, por tempo de permanência.....	82
Gráfico 4.10.–	Distribuição dos inquiridos, por tipo de alojamento utilizado.....	82

Gráfico 4.11.-	Principal meio de transporte utilizado pelos inquiridos durante a sua viagem.....	83
Gráfico 4.12.-	Distribuição dos gastos dos inquiridos em transportes de ida e volta.....	84
Gráfico 4.13.-	Gastos dos inquiridos com a prática de surf durante a sua estada em Peniche.....	84
Gráfico 4.14.-	Gastos com outros serviços ou produtos durante a estada em Peniche.....	86
Gráfico 4.15.-	Distribuição dos gastos diários, excluindo viagens e alojamento.....	91
Gráfico 4.16.-	Forma de organização da viagem.....	93
Gráfico 4.17.-	Perfil de médias das variáveis que influenciaram a escolha do destino.....	95
Gráfico 4.18.-	Perfil de médias das necessidades de melhoria	97
Gráfico 4.19.-	Já visitou anteriormente Peniche para praticar surf?.....	98
Gráfico 4.20.-	Intenção de voltar a Peniche para praticar surf.....	99



1. INTRODUÇÃO

1.1. Problemática

Pretende-se, com a presente investigação, não só identificar o tipo de turista praticante de surf no concelho de Peniche, como também aferir algumas das considerações que se possam efectuar, de modo a ter uma percepção das iniciativas necessárias ao melhoramento das condições de apoio e acolhimento à prática da actividade, como por exemplo, acesso às praias, sinalização, limpeza dos locais, segurança, atracções, actividades desenvolvidas, meios de transporte, atendimento, opções de alimentação, variedade do comércio local, sanitários/balneários, entre outros.

Pode então afirmar-se, de modo a podermos atingir o grupo de amostra a inquirir, que as características fundamentais do turismo são definitivamente a deslocação, a permanência pouco prolongada e o facto de a viagem não ser utilizada para o desenvolvimento de uma actividade lucrativa principal. Para podermos avançar ainda mais nesta delimitação será importante aferir que, segundo a OMT e a ONU, os indivíduos que efectuam deslocações designam-se como visitantes (*“Todo aquele que se desloca temporariamente para fora da sua residência habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, por uma razão que não seja a de aí exercer uma profissão.”*) podendo dividir-se em 2: turistas (que permanecem mais de 24h, portanto condição obrigatória para que se possa responder ao inquérito a realizar); e excursionistas (*“Visitante temporário que permanece no local visitado, fora da sua residência habitual, menos de 24h”*).

Mediante esta temática e sendo do senso comum que existem várias tipologias de turismo, parece-nos importante definir turismo desportivo que se refere “ao deslocamento de turistas aficionados das distintas modalidades de desporto, que afluem a núcleos desportivos tradicionais com calendário fixo de eventos ou a núcleos que, eventualmente, sediem olimpíadas, competições e torneios. Nesse caso, o principal produto turístico é o Desporto”. Sendo que “*a participação activa ou passiva num desporto competitivo ou recreativo*” (OMT) define a forma de prática, assim o objectivo do presente estudo será inquirir aqueles que se deslocam mais de 24h e que realizem a experiência de surf no concelho, levando-nos também ao conceito de turismo activo que

segundo Lextec (léxico técnico) “ *visa a participação em actividades directamente relacionadas com o meio natural, como a canoagem, o montanhismo, etc..*”

Nesta temática, algumas questões de partida se colocam, às quais tentaremos responder com a realização deste estudo:

1. Qual o perfil do turista praticante de surf no Concelho de Peniche?
2. Será que Peniche tem particularidades únicas que o justificam como um destino excepcional?
3. Que impacto tem o turismo de surf para o desenvolvimento da economia local?

1.2. Enquadramento

A expansão do turismo, reconhecido como movimento humano transformado em fenómeno de massa da sociedade industrializada, decorreu de vários factores, nomeadamente as conquistas da compensação da qualidade de vida, do bem-estar proporcionado pelas férias, ao mesmo tempo que foi perdendo a conotação de superficialidade e luxo e transformou-se num instrumento de socialização do Homem.

Para Mathieson e Wall (1982), o conceito de turismo afirma-se como: “*Movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades*”. Já para a Organização Mundial de Turismo (OMT) ou *World Tourism Organization* (WTO) em 1991 (em consonância com a ONU): “*O turismo compreende actividades desenvolvidas pelas pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins lucrativos, de negócios ou outros*”.

Muitas outras definições de turismo poderiam ainda ser aqui anunciadas, produzidas por reconhecidos académicos e cientistas da área (Cooper *et al.*, 1998; Middleton, 1988; McIntosh e Goeldner, 1996; MacCannell, 1976). Porém, em todas estas definições está implícito que a definição de turismo encerra, invariavelmente, o estudo do movimento de pessoas para fora das suas áreas habituais de residência e por períodos superiores a vinte e quatro horas.

Paralelo à evolução do turismo, vem-se desenvolvendo, a nível mundial, um interesse crescente das pessoas pelo desporto, com as mais diversas características, seja na forma de praticantes ou como meros espectadores. Assim sendo, o Homem procura cada vez mais um contacto com os ambientes em que se desempenham as diversas modalidades desportivas, de forma a conquistá-los.

A partir do exposto, e de acordo com o nível de interesse ou motivação é que as pessoas se deslocam para locais que ofereçam condições ideais ao desenvolvimento de uma determinada modalidade, seja para praticá-lo ou simplesmente prestigiá-lo.

Por ser actualmente uma das modalidades mais populares em todo o mundo, o surf atrai, cada vez mais, novos adeptos em busca dos prazeres de deslizar sobre o mar. Ao aprenderem os fundamentos e noções básicas para a prática, os surfistas envolvem-se num estilo de vida indescritivelmente aliciante e desafiador, contagiando-se pelo espírito de liberdade de deslizar sobre as ondas, levando muitos a viajar dentro do próprio país, para outro país ou mesmo para outro continente para experimentarem novas ondas, novos ambientes e novas emoções.

Apesar das boas práticas de desenvolvimento, este é um sector ainda muito pouco explorado, sobretudo se comparado com a grande procura do produto Sol e Praia, mas essencialmente, muito pouco dinamizado e estruturado.

O Turismo de Surf, cuja matéria-prima é o mar, pode funcionar como alavanca na valorização de regiões costeiras e na promoção de Portugal enquanto destino de eleição para a prática de desportos que aproveitam as ondas.

Concomitantemente, o Turismo de Surf possui uma característica ímpar que acaba por diferenciá-lo claramente de outro tipo de turismo, como o de neve: é que, apesar de haver ondulação que possibilite a prática o ano inteiro, em Portugal considera-se o

Inverno, e não o Verão, como a época do ano que proporciona as melhores ondas (Silva, 2010). Este factor poderá ser verdadeiramente interessante no sentido de permitir inverter a sazonalidade da época balnear ou alta.

Este tipo de turismo tem vindo a registar um crescimento tão significativo (Saurice, 2009), que países como a Austrália dedicam-lhe agora especial atenção ao aplicarem estratégias com vista à captação e satisfação deste novo nicho de mercado.

Para além do evidente impulso económico que o turismo pode trazer para uma região, o Turismo de Surf, porque não é um turismo de massas, contribui ainda para a preservação dos recursos naturais da região e para a preservação da identidade das suas populações.

1.3. Justificação da Investigação

“O Turismo de Surf tem-se tornado num fenómeno social, de importância económica, social e ambiental suficiente para justificar a atenção académica” (Buckley, 2002).

“No último século, por todo o planeta, a região costeira tem assistido a uma migração avassaladora. De acordo com a UNESCO, actualmente, 65% de toda a população mundial vive junto à costa. Portugal não é excepção. Pela simples disposição peninsular, somos um estado europeu com grande tradição e vocação marítima” (Moreira Jr., 2005).

“O mar nem sempre serviu um fim turístico. (...) Mais recentemente com o advento das Férias Pagas, democratizou-se e massificou-se o uso da praia e do mar. Com o desenvolvimento nos transportes, o aparecimento do transporte aéreo veio globalizar a oferta e a procura de estâncias balneares. Assim surgiram novos destinos de praia e novas práticas de lazer no litoral. (...) Ultimamente tem-se assistido a um aumento no interesse por destinos com opções de entretenimento complementares.” (Marques, 2008)

Actualmente, o turismo activo ganhou uma posição de relevo no sector do turismo. Para além das simples férias de praia, cada vez mais os turistas procuram desfrutar da estadia, tirando partido das ofertas dos serviços de lazer existentes na praia, aproveitando ainda a oportunidade para praticarem desporto. Dentro do universo de turistas que realizam férias tendo como principal motivação a participação activa num desporto, a escolha da prática do surf como turismo activo na praia é consensual. Uma sondagem recente revela que “90% dos Europeus escolheu o surf como o desporto que mais gostariam de experimentar” (Silva, 2010). O Professor e Investigador Pedro Bicudo está convicto que, para o nosso país, actualmente, o maior mercado é o de jovens surfistas da Europa do Norte e Central, pois são pessoas que vivem a 2, 3, 4 horas de avião de Lisboa e vêm a Portugal para fazer surf uma ou duas semanas com o intuito de terem umas férias activas (Rios, 2009).

Portugal, dada a sua localização geográfica favorável quando comparado com outros destinos exóticos, com o seu clima ameno e os preços competitivos que apresenta, possui de Norte a sul do país, condições muito interessantes para se desenvolverem competências num mercado ainda por explorar (Silva, 2005). No entanto, a principal característica que o nosso país apresenta é o facto de oferecer condições para a prática do surf durante todo o ano, uma vez que a faixa costeira recebe diversos tipos de ondulações (Bicudo e Horta, 2009a). Neste contexto, Peniche possui condições de excelência, sendo mesmo considerado um dos melhores *spots* da Europa, para a prática de surf durante todo o ano, pelo que se constitui importante a existência de estudos académicos que possam contribuir para o desenvolvimento deste sector.

Esta característica permite que regiões como a de Peniche, que dependem muito da procura turística, e verifiquem por isso grandes quebras na ocupação, possam inverter assim a tendência de sazonalidade, pois existem muitas pessoas que procuram o surf fora das épocas altas (Silva, 2010).

O Turismo de Surf engloba, além de turistas surfistas, os outros turistas que os acompanham. Numa investigação efectuada por Dolnicar e Flucker (2003), estes descobriram que menos de um quinto dos surfistas viaja sozinho, sugerindo que muitos surfistas viajam com os seus amigos, cônjuges ou membros familiares, que podem ou não ser surfistas também. Por viajarem geralmente acompanhados, o impacto indirecto

do surf na economia local pode ser muito positivo, particularmente nos serviços complementares que os surfistas requerem e sem os quais não poderiam passar.

Segundo Bicudo “ondas de qualidade mundial como as de Peniche, podem atrair cerca de duas mil pessoas em permanência” (Rios, 2009). Estimando que cada turista fica uma semana na zona e gasta mil euros, Bicudo acredita que a aposta neste tipo de turismo possa valer cem milhões de euros por ano (Rios, 2009).

Podemos afirmar que existe em Peniche um potencial de mercado enorme, praticamente virgem e onde há condições de tal forma distintivas que “o surf poderia estar para o turismo português, como os desportos de neve estão para os Alpes Suíços.” (Silva, 2009)

Desta forma, os resultados da presente investigação poderão modificar políticas locais de desenvolvimento e alterar padrões de comportamento por parte da iniciativa privada, no sentido de entender e atender a este sector com qualidade.

1.4. Objectivos da Investigação

De acordo com o problema definido, foram fixados os seguintes objectivos específicos:

- 1.** Avaliar as características mais relevantes dos turistas praticantes de surf no concelho de Peniche.

Para atingir este objectivo pretende-se recolher informações através dos seguintes indicadores: país de origem, motivo da viagem, forma de organização da viagem, motivações que influenciaram a escolha do destino (ex: algum evento realizado, etc.), transporte utilizado, forma social da viagem (viaja sozinho ou acompanhado, com quantas pessoas), dias de permanência, oferta turística local utilizada (tipo de alojamento, restauração, transportes), profissão (dos inquiridos com emprego), situação profissional (empregado, trabalhador por conta própria, reformado, estudante, doméstico, desempregado), rendimento

anual bruto, gastos com a prática de surf, gastos com a alimentação, gastos com transporte e gastos com *souvenirs*, habilitações literárias, intenção de regresso, 1ª vez que visita.

2. Identificar os pontos fortes e os pontos fracos das condições actuais existentes em Peniche para a prática de Surf, citados pelos turistas praticantes desta modalidade que visitam o Concelho no que respeita às seguintes variáveis: sinalização de acesso, meios de transporte, sinalização, atracções, actividades desenvolvidas, atendimento, opções de alimentação, variedade do comércio local, sanitários / balneários, segurança, estacionamento disponível, informação sobre o estado do mar, vigilância, embarcação de apoio.

3. Verificar se o surf é uma prática sazonal ou anual.

4. Identificar o contributo económico do turismo de surf para o desenvolvimento local.

O conhecimento obtido por este estudo poderá ainda ser útil para a promoção de Peniche como um destino de surf europeu de excelência, contribuindo assim, para o impacto socioeconómico da região costeiras do litoral português.

1.5. Estrutura do Trabalho

O trabalho está estruturado em cinco capítulos. O primeiro capítulo refere-se à introdução. O segundo oferece uma síntese da revisão da literatura pertinente, a qual pretende enquadrar o Turismo de Surf, apresentar os principais dados que permitem compreender a evolução deste segmento de mercado e o seu potencial de crescimento, bem como caracterizar as potencialidades de Peniche e as estratégias políticas locais para o desenvolvimento deste sector do turismo. No terceiro capítulo é apresentada a metodologia utilizada para a realização da investigação. O capítulo 4 contempla a

apresentação dos resultados da análise estatística aos dados recolhidos e, por fim, o capítulo 5 apresenta as principais conclusões da investigação e as recomendações para investigações futuras.



2. REVISÃO DA LITERATURA

A dimensão mundial do turismo é consideravelmente relevante, sendo que se prevê que este seja um dos sectores de actividade que mais crescerá no séc. XXI.

A dimensão económica que tem é impressionante, em 1999, turismo e viagens representaram: 11,7% da economia mundial, 10,9% do consumo mundial, 11,7% do investimento total e 10,5% do emprego global (embora muitas vezes sazonal).

A actividade turística tem sido empregada, nos últimos anos, como uma actividade estritamente económica, reguladora das balanças comerciais, principalmente em países de economias emergentes. Acredita-se, contudo, que a mesma possa ter um papel articulador e indutor do crescimento e desenvolvimento regional. É importante realçar que a actividade turística, na forma económica, só terá uma base sólida se houver uma interacção deste com os demais sectores da sociedade e do ambiente, de modo a atingir um desenvolvimento sustentável.

O turismo é um importante configurador de espaços e, segundo Furió¹ (1994), citado por Melo *et al.* (2008), “o espaço adquire duas formas de valores: uma com valor de uso e outra como meio de produção”. Desta forma, a combinação entre o tipo de espaço produzido e o tipo de turista que a ele se dirija, implicará a especialização particular de cada zona.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) (2007), segundo dados de 2006, Portugal é um dos 20 maiores destinos do mundo. Em 2006, cerca de 12 milhões de turistas visitaram o nosso país. Este é, curiosamente, um valor superior à população residente no país.

Mundialmente, o mercado do surf representa um volume de negócio calculado em 11 biliões de euros (dados de 2005/2006). Deste valor global, o mercado europeu arrecadou 1,48 biliões de euros (Ambiente, Surf e Economia – Uma Triologia de Sucesso, 2009).

A OMT aponta a popularidade crescente do surf no mundo e calcula em cinco milhões o número de surfistas, a maioria nos Estados Unidos, Austrália e Europa.

¹ Furió Blasco, Elies. *Turismo y territorio. Interrelación entre la función y el territorio a partir del enfoque de enlaces*. [Tese de Doutoramento]. Valência: Faculdade de Economia da Universidade de Valência; 1994. Ciências Económicas.

² Fonte: Indicadores das Autarquias Locais, 2005 - DGAL.

Em Portugal, o número de surfistas praticantes situa-se entre os cinquenta e os setenta mil (que praticam surf pelo menos uma vez por semana). Os números apontam para um crescimento na prática desta modalidade entre os vinte cinco e os trinta por cento.

O surf é um desporto que se associa facilmente ao acto de viajar, devido à procura pela onda perfeita. Existem, actualmente, alguns destinos no mundo considerados como destinos ideais para o surf, com é o caso de Bali, as Ilhas Mentawi, Fiji, Maldivas, Tahiti e a África do Sul.

O estudo "Hypercluster da Economia do Mar", coordenado por Ernâni Lopes (SaeR, 2009), ex-ministro das Finanças, sublinhando que o potencial marítimo nacional poderá valer 12% do PIB, ou seja, cerca de vinte mil milhões de euros, em 2025, faz despertar a curiosidade para o estudo de características intrínsecas ao turista praticante de Surf em Peniche e das necessidades de melhoria, de modo a dotar maior eficácia do destino para os receber.

Este estudo afirma que *“embora o valor económico das actividades ligadas ao mar consideradas na economia portuguesa, sejam, ainda, incipientes e representem cerca de 2% do PIB nacional, empregando directamente cerca de 75 milhares de pessoas, possuem fortes condições competitivas e um potencial elevado de crescimento, no quadro da competição global das economias.”*

No documento de aproximadamente 500 páginas, e da análise realizada a várias actividades ligadas ao mar, o surf caracteriza-se como aquela que apresenta um maior nível de progressão.

São mencionadas algumas considerações que fazem entender a importância desta prática como contributo para a recuperação das economias locais:

- O turista praticante de actividades náuticas gasta em média 80€/dia, no caso do praticante de desportos tais como surf, *windsurf* e *snorkeling*;
- As tendências revelam que a vela e o surf têm apresentado um elevado crescimento e uma maior procura por parte dos segmentos de elevado nível socioeconómico e estão cada vez mais associados a consumos complementares;
- O surf é uma das actividades que se tem vindo a desenvolver e a ganhar apreciável notoriedade internacional, em especial pela divulgação dos órgãos de

comunicação social de algumas provas do calendário oficial internacional (tal como sucedeu com o *Rip Curl Pro Search*, realizado em Outubro de 2009 em Peniche), mas também pelo aparecimento de atletas nacionais que disputam lugares cimeiros a nível da alta competição mundial. Nos últimos anos surgiram diversas escolas/clínicas de surf e está prevista a criação de um conjunto de centros de alto rendimento de surf em várias zonas, incluindo na localidade estudada nesta dissertação, a iniciar as suas obras ainda este ano;

- O fenómeno da estacionalidade dos destinos, será possível de atingir, já que esta pratica é desenvolvida essencialmente na designada época baixa.

Segundo Custódio (2008), os benefícios para a indústria do turismo local e um acréscimo de experiências novas adquiridas pelos surfistas derivam de uma conjugação entre as características do destino e as expectativas dos surfistas.

O surf envolve uma interacção entre o participante e o meio ambiente. No entanto, para além dos participantes, também se dirigem ao local os espectadores e acompanhantes dos surfistas, como por exemplo os amigos e familiares, que podem também praticar este desporto. Assim, o turismo associado ao surf tem-se tornado num fenómeno social com algum significado económico, social e ambiental.

Segundo Bicudo e Horta (2009b), ondas com qualidade mundial, como as de Peniche, podem atrair cerca de duas mil pessoas em permanência. Estimando que cada turista fica uma semana na zona e gasta mil euros, os autores acreditam que a aposta neste tipo de turismo pode valer 100 milhões de euros por ano. Só a região de Lisboa conseguiu atingir este potencial, afirma o investigador do Instituto Superior Técnico.

“Neste momento, o maior mercado é para jovens surfistas da Europa do norte e central. Vêm a Portugal e fazem surf uma ou duas semanas para terem umas férias activas”, descrevem estes autores, que lembram que em Portugal “pode-se fazer surf o ano todo”. Mais: é “um turismo com muito futuro”, já que é praticado durante muitos anos, sustenta. Não é raro ver surfistas com 50 anos.

Identificar uma tipologia de turistas é traçar um perfil para atingir metas, é melhorar o nosso destino e torná-lo mais atractivo. Segundo Ruschmann (1991) “...*identificar os diferentes públicos do destino e detectar os gostos e preferências dos turistas é*

essencial, pois, a partir daí é possível estimular as pessoas a viajarem para um destino específico.”

A divulgação das regiões de surf a nível mundial tem forte impacto no sector do turismo, que sendo um dos mais importantes na economia portuguesa justificam, desde logo, o campo de aplicação deste estudo.

2.1. Portugal, o Mar e o Turismo Náutico

Num país em que a natureza ofereceu generosamente cerca de 850 quilómetros de costa banhada pelo Oceano Atlântico, inúmeras são as possibilidades que encontramos para usufruir do mar e de toda a beleza que este encerra.

Portugal é, sem dúvida, uma das principais referências na procura a nível europeu de praias e de mar. Tendo em conta a sua localização geográfica, é natural que tivéssemos olhado desde sempre para o mar na perspectiva do seu aproveitamento como recurso estratégico.

Segundo o Roteiro para a Ciência, documento de enquadramento para a 3ª Jornada – Ciência e Tecnologia do Mar, da Presidência da República (2007), de acordo com o Centro de Estudos Aplicados da Universidade Católica, a economia do Mar, atendendo aos seus efeitos indirectos, é responsável, em Portugal, por 11% do Produto Interno Bruto (PIB), 12% do emprego, 17% dos impostos indirectos e 15% das margens comerciais na economia portuguesa.

Sendo Portugal um País que deu a conhecer novos mundos ao Mundo e que foi pioneiro em muitas artes náuticas e de velejar, não devemos esquecer que foi o mar que nos tornou num dos maiores Impérios do Mundo. O potencial existente na costa portuguesa, de norte a sul e nas regiões autónomas, é enorme.

Através dos Descobrimentos, Portugal viveu momentos de grande prosperidade e desenvolvimento e marcou, decisivamente, a realidade económica, cultural e científica a nível mundial.

Pode mesmo afirmar-se que o Mar representa um elemento forjador da nossa identidade e é considerado como um forte impulsionador para a criação de emprego e também para momentos de lazer.

O estudo “O Hypercluster da Economia do Mar” (SaeR, 2008) referencia o mar como sendo um dos sectores onde o país pode aspirar a ter um papel de inovação com capacidade para atrair investimento, sendo a náutica de recreio e o turismo náutico alguns dos principais geradores primários de riqueza identificados.

Este tipo de turismo é, muitas vezes, classificado como subtipo de turismo desportivo. No entanto, revela-se como um dos principais produtos turísticos estratégicos do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), (THR, 2006).

Na opinião de Ernâni Lopes, o turismo de negócios e o turismo associado ao desporto, sobretudo às modalidades náuticas e ao golfe são dois dos segmentos com maior capacidade de atractividade e competitividade.

Sua excelência o Sr. Presidente da República Aníbal Cavaco Silva afirmou, durante a Jornada da Ciência e Tecnologia do Mar (Presidência da República Portuguesa, 2007), que *“não basta o mero sublinhar do nosso potencial, nem a retórica das virtualidades da aposta no mar. É preciso passar à acção, tirar partido das oportunidades geradas pela economia do mar.”*

De acordo com o Documento Técnico de Caracterização do Produto Turismo Náutico, do Turismo de Portugal (2010), segundo as estimativas de profissionais do sector do turismo, o mercado do turismo náutico (onde se encontram os desportos de ondas) cresce entre 8% e 10% ao ano, principalmente nos produtos que introduzem inovações. Mantendo-se este ritmo, em 10 anos (2006-2015), o volume do mercado europeu terá mais que duplicado.

Gamito (2008) afirma mesmo que a estimativa de crescimento para Portugal, nos próximos 10 anos, é de tal velocidade que se pode estabelecer num nível superior ao restante europeu.

O turismo já não se satisfaz com praias e sol, já não se satisfaz só com lojas de artesanato, casinos e restaurantes, hoje muitos milhares de turistas procuram nas suas férias um turismo activo com modalidades novas, com aventura.

Tendo como base a análise das grandes tendências da procura internacional, o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) (2007) definiu dez produtos seleccionados em função da sua quota de mercado e potencial de crescimento, bem como da aptidão e potencial competitivo de Portugal.

O Turismo Náutico constitui uma actividade relevante para a qualificação da oferta turística, nomeadamente, pelo seu contributo para a diversificação da actividade de animação turística. Este constitui, assim, um dos dez produtos estratégicos nacionais de turismo, identificados no PENT para o período 2007/2015.

O Turismo Náutico está organizado em dois mercados principais: “A Náutica de Recreio – experiências relacionadas com a realização de desportos náuticos ou de *charter* náutico, como forma de lazer e entretenimento; inclui uma grande variedade de desportos: vela, *windsurf*, *surf*, mergulho, etc; e representa cerca de 85% do total das viagens de náutica, e a Náutica Desportiva – experiências baseadas em viagens realizadas e cujo objectivo é participar em competições náutico-desportivas; é um mercado muito específico, com as suas próprias regras de funcionamento; representa 15% deste sector.” (THR, 2006)

2.2. Surf – Um Fenómeno de Dimensão Global

O acto de surfar é definido como o processo de “Percorrer uma Onda”, através duma variedade de técnicas (Tourism NSW, 2009).

2.2.1. O Princípio

“As ilhas do Havai são o paraíso terrestre, elevando-se altas e verdes acima das praias de areia branca, que contrastam com um mar quente de cor turquesa. As ilhas vulcânicas eram sublimes, icónicas, poderosas, dramáticas e sem um único ser humano, quando os primeiros colonos aventureiros do sul chegaram”. (Kampion, 1997)

O culto do surf nasceu num passado distante, irrecuperável, ninguém sabe ao certo onde e como. O primeiro povo a aventurar-se no oceano em barcos, rapidamente deve ter percebido a capacidade inerente das ondas para impelir ou opor-se às embarcações. Talvez a origem esteja nos antigos habitantes costeiros da África Ocidental ou do Perú, onde os dois maiores poderes naturais adorados eram o arco-íris e as ondas. Mas esta cultura encontra-se enraizada na essência da cultura havaiana (Kojin, 2001).

Possivelmente os polinésios, que partiram em busca de umas lendárias ilhas com ondas perfeitas, tendo formado uma nova civilização, tenham dado origem à primeira verdadeira cultura de surf.

O povo havaiano estava profundamente ligado ao surf e à poderosa energia do oceano que o rodeava. As poucas pranchas de surf com cerca de 250 anos, conservadas como relíquias no *Bishop Museum* de Honolulu, escassamente revelam o que aconteceu antes da frota de dois navios do Capitão James Cook avistar as ilhas em 1778 (Kampion, 1997). Segundo o autor, durante o século XIX, a população aí residente quase foi destruída na totalidade por vírus e bactérias europeus e, conseqüentemente, a cultura do surf quase desapareceu, não fossem alguns praticantes isolados.

2.2.2. O Renascimento

No virar do século, as ilhas tornaram-se território americano, a população de havaianos puros foi dizimada, os nativos eram, sobretudo, cristãos e o surf regredia. Cerca de um quarto dos havaianos sobreviventes viviam em Honolulu, na ilha de Oahu, onde se reuniam alguns surfistas em vários locais ao longo da praia de Waikiki. (Vaz, 2008)

O Havai, devido à sua localização privilegiada, tornou-se num entreposto comercial muito importante, o que provocou a deslocação de muitos europeus a este arquipélago,

cristãos fervorosos que negaram e comprometeram a modalidade e outras actividades culturais, por serem actividades com o corpo descoberto. Durante mais de um século, o surf foi uma actividade praticada em sigilo e foi mantida em segredo por alguns nativos. (Cruz, 2008)

Um número crescente de continentais vinha para Waikiki em turismo e observava os surfistas havaianos como uma curiosidade. Nesta época, surgiram dois grupos de surfistas, nadadores e remadores: o Outrigger Canoe and Surfboard Club e o Hui Nalu.

2.2.3. O Nascimento do Surf Moderno

De entre estes *beach boys*, destacou-se Duke Kahanamoku. Este desportista, nascido em 1890, transformou-se num atleta olímpico fenomenal. Ganhou uma medalha de ouro de natação nas Olimpíadas de Estocolmo, em 1912. Nessa altura, revelou que praticava surf, dando a conhecer ao mundo esta modalidade e o arquipélago, até então desconhecidos.

O efeito foi imediato e grupos de novos entusiastas resolveram aderir à modalidade, que foi ganhando novos adeptos em todo o mundo, fazendo com que Duke seja lembrado hoje em dia como o pai do surf moderno.

O sul da Califórnia cresceu durante os anos 20 e, por volta de 1935, San Onofre era o local de surf mais famoso do sul da Califórnia, era como que uma Waikiki continental e começava a criar a sua própria cultura. (Kampion, 1997)

A partir daqui, começaram a surgir outros locais privilegiados para a prática de Surf, como Malibu e Austrália.

2.2.4. O “Boom” do Surf

No final dos anos 50, a modalidade popularizou-se, ocorrendo assim, o primeiro “boom”. Em muitos países o surf começou a ser praticado regularmente e a praia atraía cada vez mais jovens das zonas mais afastadas.

No início dos anos 60 assistiu-se a uma explosão das novas tecnologias ligadas à concepção de pranchas em espuma e ao surgimento de filmes ligados a este desporto, os quais projectaram o surf para uma posição de prestígio em todo o mundo.

Em 1964, em Manly, perto de Sidney, realizou-se o primeiro Campeonato Mundial de Surf. Tendo atraído os melhores surfistas do Havai e da Califórnia, do Perú, Grã-Bretanha e outros países, a popularidade e qualidade do surf na Austrália cresceu rapidamente. (Kampion, 1997)

Nos anos 70, a cultura do surf passou a ter expressividade ao nível dos negócios. Concomitantemente, devido à acesa competição dentro deste mercado, a comunidade de praticantes passou a demonstrar menor interesse por campeonatos, culminando numa apatia crescente.

Com o aparecimento do turismo, a prática da modalidade começou a despertar interesse e ser reconhecida e respeitada, salvando-a de uma possível extinção. (Cruz, 2008)

A procura pela onda secreta começou a ganhar cada vez mais protagonismo e as revistas passaram a dedicar uma percentagem cada vez maior do seu espaço às aventuras de viagem. (Warshaw, 2004)

A introdução do *leash*, em 1971, teve um enorme impacto, proporcionando o aparecimento de novas manobras mais espectaculares, pois já não havia o perigo de perder a prancha ou ter que nadar para a ir buscar.

O surf difundiu-se maciçamente na esteira do desenvolvimento da contracultura e dos símbolos de identificação da juventude.

Associado ao aparecimento de um novo estilo de vida, que através de uma permanente celebração do prazer, se apresentava menos comprometido com os valores sociais dominantes, esta modalidade rapidamente se transformou num símbolo de identificação colectiva. Desde então, essa geração produziu uma infinidade de símbolos de consumo dessa nova cultura desportiva.

Na apresentação do filme “Surfing Hollow Days”, o director Bruce Brown comenta esses acontecimentos.

2.2.5. A Introdução do Surf em Portugal

Em Portugal, o primeiro circuito nacional organizado surgiu em 1992, através da empresa Adrenalina. Nesse primeiro ano a competição foi disputada até ao fim. Eram os anos de ouro do surf em Portugal (Eurosport, 2009).

Pedro Lima é um nome incontornável da história do surf em Portugal. Veterano de décadas em cima de uma prancha, ainda hoje pratica este desporto. É considerado o primeiro surfista português, a iniciar-se no *bodysurf*, em 1946, e só em 1959 começou a praticar surf em pé na prancha (FPS, 2010).

Outro nome sonante em Portugal é o de Nuno Jonet. Este criou a “Alleda”, uma marca de fatos de surf e, durante anos, foi a voz oficial e o comentador dos campeonatos nacionais e internacionais do calendário do circuito mundial. Seguiu-se a empresa “Alfarroba Amarela”, por António Pedro, que organizou com claro sucesso o Circuito Nacional (Eurosport, 2009).

Em 2008 viu-se, pela primeira vez, um surfista nacional – Tiago Pires (“Saca”) – entre os quarenta e quatro melhores surfistas do mundo a disputar a “1ª divisão” do Circuito Mundial de Surf, situação que se mantém até hoje.

Os grandes campeonatos e provas do Circuito Mundial de Surf já começam a ser uma constante nas praias portuguesas, especialmente no concelho de Peniche. A enorme extensão da costa e a qualidade das nossas ondas têm favorecido o crescimento exponencial do número de praticantes, deixando uma vasta margem de progressão a um desporto que tem um estilo de vida muito próprio e que tem cativado inúmeros jovens.

2.2.6. O Surf na Actualidade

Actualmente, o surf tem mais praticantes que nunca e continua a crescer a olhos vistos. Os materiais utilizados na fabricação de pranchas não param de surgir, o que permite ao surfista atingir cada vez melhores *performances*. Hoje em dia um surfista pode escolher o que melhor se lhe adequa e, se possuir uma qualidade avançada, pode mesmo ser pago para ser um *free surfer* e viajar em busca da onda perfeita, um surfista de ondas gigantes, um surfista de manobras radicais ou um surfista profissional, desde que os

filmes, fotografias e publicidade consigam fazer reverter o investimento da marca que é patrocinadora (Cruz, 2008).

Actualmente o surf engloba vertentes diversas. Dentro da actual cultura da modalidade, podemos definir várias subculturas:

- a) Competições – as principais competições são compostas por um circuito mundial estruturado por etapas realizadas em todo o mundo. O circuito mundial possui duas divisões: o *World Championship Tour* (WCT), que é a divisão principal onde participam os 44 melhores atletas pré-classificados no ano anterior, e o *World Qualifying Series* (WQS), de onde se qualificam, todos os anos, os primeiros 14 atletas, que substituem no ano seguinte os últimos 14 atletas do WCT. Além destes circuitos mundiais, existe uma infinidade de outros circuitos, pois cada país possui o seu circuito nacional, por regiões, por município ou mesmo por praia.
- b) *Tow-in* – é uma modalidade onde os surfistas enfrentam ondas gigantes com o auxílio de motos de água. Esta é uma modalidade que tem poucos adeptos pois, além de ser dispendiosa, requer uma preparação física, técnica e psicológica de nível superior para enfrentar ondas com alturas espantosas.
- c) *Free surfers* – constituem a maioria dos surfistas, que praticam este desporto apenas por prazer.
- d) *Longboarders* – é uma modalidade que retornou no final da década de 90. Tem uma imagem de surf clássico e está intimamente ligado ao saudosismo das origens do surf.

Têm sido vários os trabalhos que têm estudado o impacto do surf a nível internacional, perspectivando a sua importância enquanto actividade isolada e acerca do seu impacto nas economias locais. A título de exemplo, podemos referir os seguintes: *South Stradbroke Island* – Austrália; *Bastion Point* – Austrália; *Surfers Paradise* – Austrália; *Ensenada* – México; *Mundaka* – País Basco, Espanha; *Costa Norte de Oahu* – Hawaii; *Trestles Beach* – Califórnia, Estados Unidos da América; *Boscombe* – Reino Unido; *Mount Maunganui* – Nova Zelândia; etc.

As estimativas que se fazem sobre a importância do surf enquanto actividade incidem, sobretudo, nos seus efeitos directos e indirectos ao nível do emprego criado, das vendas, do impacto deste no turismo local e dos seus efeitos multiplicadores associados, da publicidade, do marketing, das competições, das roupas, pranchas e acessórios, das escolas de surf e *surf camps*, do impacto no Produto Interno Bruto.

A importância monetária e financeira do surf é um facto que ninguém pode negar. Ela existe, alarga-se e basta ver como a ideia de surf já é utilizada para vender outros produtos, desde detergentes até automóveis.

Enquanto modalidade desportiva e actividade económica, tem-se verificado uma evolução positiva em Portugal, o que se reflecte num aumento do número de praticantes de todas as idades e no consequente aumento de lucros e mais-valias associadas a este mercado.

O surf vive, neste momento, um período de ressurgência. Existe uma nova geração a descobrir esta modalidade pela primeira vez e, do outro lado, os praticantes da “velha guarda”, aqueles que surfaram nos anos sessenta e setenta e que estão agora a regressar à água.

O último estudo realizado indica a existência de cerca de 23 milhões de surfistas em todo o mundo (EuroSIMA, 2006). Na Europa, estima-se que em França existirão cerca de 200 mil surfistas, o Reino Unido terá um pouco mais, entre 500 e 600 mil surfistas e, actualmente em Portugal, deverá haver entre 50 a 70 mil praticantes regulares que praticam surf, pelo menos uma vez por semana (Bicudo e Horta, 2009). No entanto, torna-se difícil definir exactamente o número de surfistas existentes, pois cerca de 90% destes não estão registados num clube ou federação (Flucker, 2003).

O organismo que regula o turismo na região de New South Wales, na Austrália, refere que o número de surfistas continua a crescer entre 12% a 16% por ano (Tourism NSW, 2008). Este crescimento justifica o grande sucesso da indústria global do surf, a qual está estimada em onze biliões de euros (EuroSIMA, 2006).

Em Portugal, a venda de produtos relacionados com o surf nas lojas movimentam entre trinta e quarenta milhões de euros por ano (Bicudo e Horta, 2009a).

O surf evoluiu de tal forma que se tornou numa incontornável grande indústria, que engloba dois vectores: o lazer e o turismo. É composta por três componentes de vendas: as roupas das marcas associadas ao surf, as pranchas e acessórios de surf e as viagens de surf. (Buckley, 2002)

2.3. O que é o Turismo de Surf

Ao longo dos tempos, a rede de transportes foi sofrendo grandes avanços, os aviões a jacto dominam os céus e as ligações entre os países tornam-se mais comuns e acessíveis. No final dos anos 50 surge o conceito de turismo de massas e a propagação do surf percorre o mundo, tornando, em poucos anos, a Austrália no terceiro pólo mundial de Surf.

Muitos turistas que praticam surf apenas por lazer são capazes de viajar a vários destinos de surf em todo o mundo, muitas das vezes contando com a ajuda de agentes de viagens para coordenar a organização das mesmas. Se efectuarmos uma busca na internet e nas revistas relacionadas com o surf, facilmente encontramos centenas de agências com pacotes promocionais de viagem e alojamento em *surfcamps*, os quais incluem aulas que prometem colocar os praticantes a surfar após uma semana.

O surf é uma actividade recreativa realizada no mar e, portanto, o turismo de surf está intimamente ligado ao turismo costeiro global, em relação aos destinos de surf. Está também ligado ao ecoturismo, pois ambos têm uma conexão ambiental – ambos implicam a realização de viagens para desfrutar de um ambiente natural num cenário não congestionado. No entanto, estes devem ser diferenciados. A prática de surf é uma actividade não consumível, pois nada de tangível é retirado do mar com a sua prática. Contudo, o mercado do turismo de surf pode criar impactos negativos nos destinos de surf. Barilotti (2002) descreve este fenómeno como o colonialismo surfista, pois “os impactos da colonização humana – de lixo, estradas, erosão, poluição da água, o desenvolvimento, a degradação ambiental, o esgotamento dos recursos – inevitavelmente acontecem”.

Enquanto o acto de surfar se pode fazer apenas por desporto, recreação ou simples aventura na natureza, o acto de viajar para surfar leva os praticantes aos países menos desenvolvidos em busca da “onda perfeita”.

Apesar dos mencionados, ainda existem poucos estudos académicos feitos, no sector do surf, da indústria do turismo e uma reconhecida definição académica de turismo de surf está ainda por ser completamente estabelecida.

Standeven e De Knop (1999), afirmam que, para os surfistas serem vistos como turistas, devem ter a “necessidade de se deslocar/viajar para fora de casa ou do local de trabalho”, assegurando ainda que este tipo de turismo pode ser doméstico (se os destinos para praticar surf forem dentro das fronteiras do país onde residem) ou internacional (se os destinos com objectivo desta prática forem num país estrangeiro).

Flucker (2003), terá sido o primeiro autor a propor uma definição para o Turismo de Surf. Segundo o mesmo,

“este é um turismo que envolve pessoas a deslocarem-se para destinos domésticos por um período de tempo não superior a seis meses, ou para um destino internacional por um período não superior a doze meses, que permanecem pelo menos uma noite, e onde a participação activa no desporto de ondas (o surfista requer as ondas para se impulsionar) é a motivação primária na selecção do destino.”

Anteriormente, Buckley (2002), propôs uma definição de turismo de surf comercial como sendo um “adquirível pacote de férias onde os clientes viajam mais de 40 quilómetros de casa, passam a noite e pretendem tornar o seu tempo de lazer activo, principalmente para surfar”. O autor considera que o turismo de surf tem vindo a tornar-se num fenómeno social de importância económica, social e ambiental suficiente para justificar uma atenção académica.

Este conceito tem merecido o interesse das entidades oficiais de turismo em diversos países. O impacto que este tipo de turismo tem gerado tem um balanço positivo, não só por ser ambientalmente sustentável como também por ser manifestamente reconhecida a capacidade de gerar novos postos de trabalho a partir das oportunidades económicas que surgem nas regiões onde se localizam.

O turismo de surf é um significativo nicho de mercado que pode incorporar positivamente princípios de desenvolvimento sustentável.

Silva (2009b), considera que o turismo de surf não é massificado, representa um nicho de mercado em franca expansão e é ambientalmente sustentável. Os surfistas valorizam as boas práticas ambientais, pois este desporto depende de um recurso natural (as ondas), o que os estimula a preservar as praias. Segundo o autor, “esta preocupação ambiental funciona como um constrangimento positivo, que contraria a propensão para a destruição da orla costeira – tarefa à qual se têm dedicado muitos autarcas portugueses ao longo de décadas”.

Gonçalo Cadilhe, prestigiado escritor viajante, refere que

“uma onda perfeita de surf pode ser o motor da economia de uma inteira região. Pequenas localidades que nunca teriam saído do anonimato, que teriam permanecido esquecidas na periferia do mundo, são hoje internacionalmente famosas em todo o mundo pelo simples facto de possuírem uma onda perfeita ao fundo da rua. (...) O turismo de surf não é turismo de massa, é turismo sustentável e continuado, é um nicho de mercado sólido e em crescimento”.

Aliás, com uma boa gestão e visão de futuro, existem todas as condições para que as zonas propícias ao surf possam evoluir para locais à imagem das estâncias de *ski*. Abundam hoje, pela Europa, casos de sucesso em termos de desenvolvimento virtuoso de inteiras regiões, literalmente puxadas pela prática de *ski*. (Silva, 2005)

O turismo de surf tem crescido de forma significativa, passando a impulsionar não só o turismo interno, num nível regional e nacional, mas também a um nível global.

Os principais factores de escolha do destino turístico neste segmento, e tendo como base dois estudos efectuados por Dolnicar e Flucker (2003) são:

Características Psicográficas	Características Demográficas
Abundância de <i>crowd</i>	<u>Questões relacionadas com surf:</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tempo de surf ➤ Nível de surf ➤ Preferência pelo tamanho da onda
Segurança pessoal	
Aspectos relacionados com saúde	
Qualidade das refeições	
Duração da temporada de surf	
Cultura local	<u>Características pessoais:</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Idade ➤ Escolarização ➤ <i>Budget</i> diário ➤ Sexo ➤ Preço disposto a pagar
Preço a pagar	
<i>Secret spots</i>	
Qualidade do alojamento	
Facilidades de acesso	
Conhecer outros viajantes	<u>Comportamento de viagem:</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Companhia de viagem ➤ Tempo de permanência no destino turístico ➤ Permanência na mesma área ou deslocar-se para outras áreas ➤ Novidade no destino ➤ Regularidade de viagens
Câmbios monetários	
Leque de actividades alternativas	
Facilidades de alojamento para familiares	
Excelente perfil de destino de surf	

Quadro 2.01. – Características Psicográficas e demográficas que caracterizam os factores de escolha do destino (Fonte: Flucker e Dolnicar, 2003), citado por Lopes (2008)

As características psicográficas referem a importância dos factores que dizem respeito à escolha da sua viagem de surf. As características demográficas dividem-se em três subcategorias: as questões relacionadas com o surf, as características pessoais e o comportamento de viagem.

Tomando como ponto de partida as características referidas, Dolnicar e Flucker (2003) agruparam os atletas/viajantes em segmentos: os aventureiros conscienciosos a nível monetário e os conscienciosos a nível de segurança – estes dois segmentos são muito semelhantes, pois consideram importantes as questões relacionadas com o surf, a segurança pessoal, a qualidade do alojamento e a facilidade de alojamento para familiares, a descoberta de novos destinos, factores de saúde e a ausência de *crowd*; os surfistas de luxo – dão muita importância ao alojamento, à segurança e à alimentação, não considerando assim, relevante o preço; os ambivalentes – não apresentam grandes alterações ao nível da graduação das características referidas; e os aventureiros radicais – privilegiam a existência de *secret spots*, a ausência de *crowd* e a duração da temporada de surf.

Mencionando novamente o organismo que regula o turismo na região de *New South Wales* (NSW), na Austrália, este efectuou um estudo no sentido de compreender a procura dos turistas pela prática desta modalidade durante o seu período de férias na região. A análise do mercado do turismo de surf efectuada indica que os surfistas de lazer e recreação (em grande parte compostos por famílias, homens e mulheres jovens, assim como *backpackers* internacionais, estudantes e turistas de trabalho e negócios) são o segmento que melhor pode ser aproveitado para crescer no mercado do turismo de surf. Com efeito, este estudo permitiu definir algumas estratégias que têm como objectivo apoiar a oferta deste tipo de turismo na região, sob quatro áreas fundamentais de actuação: fidelização dos consumidores, apoio ao negócio, desenvolvimento e promoção de produtos, apoio aos destinos de surf. (Tourism NSW, 2009)

A maioria dos viajantes de surf não é mais do que “*backpackers*” com abundância de tempo livre para procurar a onda perfeita.

Associado à prática deste desporto e deste tipo de turismo está o alojamento, a alimentação, mas também a procura de outros serviços complementares, como lojas de *souvenirs*, bares, lojas de *surfware* e equipamento de surf, lojas com equipamentos multimédia, lavandarias e muitos outros serviços e produtos, o que faz despoletar vários negócios auxiliares. Este efeito torna-se mais evidente quando começam a surgir, localmente, investimentos de negócios em torno do surf e do turismo, proporcionando a criação de emprego, elevando a oferta existente e, consequentemente, melhorando a economia local.

Mundaka é um exemplo perfeito de como uma pequena comunidade rural costeira pode beneficiar de um bem desenvolvido mercado de turismo de surf.

Os benefícios económicos associados ao turismo de surf começam já a ser considerados nos planos de desenvolvimento das áreas costeiras em muitas regiões do mundo. Alguns estudos efectuados incluem temas como o surf e a conservação de recifes de corais ou o turismo de surf e o desenvolvimento sustentável. (Murphy e Bernal, 2008)

Em Portugal, ainda não existem dados concretos que permitam quantificar com rigor os gastos efectuados por estes turistas durante as suas estadias. No entanto, estima-se que os surfistas, a par com outros praticantes de actividades náuticas, gastam em média, cerca de 80 euros por dia. (Gamito, 2008)

Consciente de que as viagens de surf incluem deslocações a destinos domésticos e internacionais e que o nosso país possui condições excelentes para a prática deste desporto, a TAP procurou recentemente ir ao encontro das expectativas dos praticantes de surf, tornando-se uma companhia “melhor amiga do surfista viajante” criando novas regras para o transporte do equipamento, seguindo-se outras companhias aéreas a tomar idênticas medidas.

2.3.1. As escolas de surf

Os padrões de desenvolvimento do turismo de surf mostram algumas similaridades com o mercado do *ski*.

O turismo relacionado com a prática de *ski* conheceu o seu maior desenvolvimento quando se tornou mais acessível aos visitantes, através de uma combinação de infra-estruturas e instrução dinamizada por escolas de *ski*. O turismo de surf poderá ter uma trajectória semelhante. (Tourism NSW, 2009)

O aparecimento das escolas de surf contribui significativamente para a proliferação desta modalidade, pois permite processos de aprendizagem mais fáceis e rápidos (Flucker, 2003). A existência de cada vez mais escolas de surf está agora a proporcionar uma prática mais acessível aos visitantes e a enriquecer a sua experiência. Consequentemente, as melhorias nas infra-estruturas de praia estão a tornar estes locais mais atraentes e acessíveis a mais pessoas (Tourism NSW, 2009).

Em Portugal, nos últimos anos, verificou-se um aumento exponencial do número de escolas de surf federadas, o que leva a Federação Portuguesa de Surf (FPS) a considerar que este número poderá estar próximo da saturação do mercado (Bicudo e Horta, 2009b).

Em 2010, a FPS conta já com 153 escolas federadas em Portugal, que se distribuem geograficamente pelas tradicionais regiões de surf portuguesas:

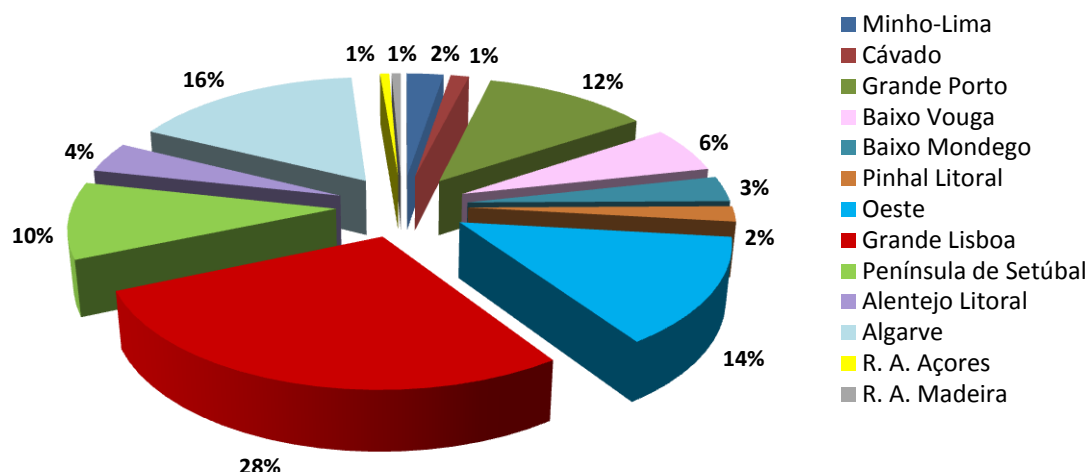


Gráfico 2.01. – Dispersão geográfica por NUTS III das Escolas de Surf federadas em Portugal (Fonte: Elaborado com base nos conteúdos sobre as escolas de Surf reconhecidas pela FPS, retirados do seu sítio oficial, 2010).

Tendencialmente, a maioria das escolas está localizada junto à zona da Grande Lisboa, onde se incluem locais como Carcavelos e Ericeira, sendo a região do Algarve, a segunda com mais escolas de surf reconhecidas pela FPS. A região do Oeste é a terceira com maior percentagem de concentração de escolas, com um total de 21 escolas de surf.

Em Peniche estão federadas 12 escolas de surf, sabendo que existem mais algumas que funcionam na clandestinidade, o que demonstra bem a importância desta modalidade na região.

Para alcançarem uma quota de mercado maior, algumas escolas de surf evoluíram para *surfcamps*, quer criando pequenas unidades de alojamento, quer através da associação com hotéis locais existentes (Bicudo e Horta, 2009b).

De entre as escolas federadas, existem cerca de vinte que são também *surfcamps* possibilitando, por isso, a prévia marcação de aulas online, aquando da reserva pela internet. Das escolas restantes, poucas são as que possuem serviço de marcação de aulas online, o que faz com que a maioria das pessoas acabe por marcar as suas aulas no local.

A sobrevivência das escolas de surf depende essencialmente mais da procura de turistas internacionais do que dos habitantes locais. Assim, a experiência de surf pode tornar-se mais marcante quando as escolas trabalham em parceria com outros sectores, tais como

operadores turísticos, restauração, alojamento, fabricantes e comerciantes de material de surf, podendo com isso elevar a sua qualidade de serviço e aumentar os seus lucros (Tourism NSW, 2009).

2.3.2. Implicações do *crowd* na onda

Num estudo realizado por Dolnicar e Flucker (2003), concluiu-se que todos os grupos que constituíam a amostra consideravam o *crowd* como um factor muito importante na selecção de um destino de surf, sendo que, quanto mais *crowd* houver, menos atractivo será o destino.

A abundância deste fenómeno dificulta a entrada para surfar uma onda, dado que no surf só é válido um atleta por onda. Como referem Kampion e Brown (2003), “a procura do surf não descoberto ou não povoado, tornou-se essência da experiência de surf”.

O excesso de crescimento do sector do turismo de surf testa verdadeiramente os limites da capacidade de recreação, fazendo com que o *crowd* contribua para reduzir diversos valores, como a experiência do turista de surf no local, a qualidade de ambiente natural, a segurança pessoal, a duração das condições favoráveis à prática de surf, os aspectos relacionados com a saúde, a existência de *secret spots* e o excelente perfil de destino de surf (Buckley, 2002).

O aumento da densidade de utilização pode esgotar o local, pois quanto mais pessoas estiverem na zona de *take-off* à espera de apanhar uma onda, mais feroz será a competição para apanhá-la. Daí a razão pela qual os surfistas não gostam do *crowd*.

Sendo este um factor tão decisivo para a escolha de um destino de surf, deve ponderar-se com seriedade a importância da gestão das praias e do surf e garantir que os turistas conhecem as regras de ouro relativas ao surf e, por vezes, até as próprias práticas locais de cada praia.

O governo de NSW assumiu um compromisso para a criação de reservas nacionais de surf. Este conceito permite reconhecer sítios de importância ambiental, cultural e histórica na cultura do surf australiano. Ajudam também na consciencialização sobre a importância de proteger os ambientes costeiros.

As reservas de surf são áreas protegidas dedicadas à utilização do público, em geral, e da comunidade de surf, em particular, e fazem parte de uma iniciativa nacional australiana. Este é o primeiro país a reconhecer o status que o ícone surf tem conseguido em todo o mundo. Até à data, NSW criou seis reservas de surf (Tourism NSW, 2009).

Contudo, a gestão dos destinos de surf é difícil de concretizar, uma vez que o recurso turístico – o mar – é um recurso de acesso aberto, sem proprietário definido. Esta falta de responsabilidade por parte de qualquer grupo de praticantes específicos pode ser problemático quando ocorre o desenvolvimento do turismo em áreas de surf, que podem criar impactos negativos, como o lixo, o esgotamento de recursos, o *crowd*, a poluição da água, a erosão e a degradação ambiental.

A importância da criação das reservas na Austrália, em termos de turismo de surf, é que estas ajudam a manter a posição do país como um eminente destino de excelência de surf (Tourism NSW, 2009).

Se existe um lado negativo, que é o aumento do *crowd*, o lado positivo será um *crowd* mais consciente e conhecedor do contexto onde se irá inserir (Sequeira, 2010).

Miguel Figueira, no Seminário “Impacto do Surf na Sociedade – Centros de Mar, que Futuro?” realizado na Figueira da Foz em Fevereiro de 2010, refere que uma das alternativas para reduzir o *crowd* é a criação de locais com condições favoráveis para a prática de surf também durante a noite.



Figura 2.01. – Exemplo de *Crowd* no Mar.

2.4. O Potencial de Crescimento do Turismo de Surf

“Uma onda de qualidade pode valer, do ponto de vista do turismo, cerca de 100 milhões de euros por ano” (Silva, 2010).

Não só o número de praticantes tem crescido bastante em Portugal como, numa sondagem recente, 90% dos europeus escolhiam o surf como o desporto que mais gostariam de experimentar. Localidades de países como a Indonésia, África do Sul ou País Basco transformaram-se radicalmente nos últimos anos devido às excelentes condições naturais de prática de surf que possuem. Mundaka, Uluwatu ou Jeffrey's Bay são bons exemplos de locais que se converteram de longínquas e comuns terras costeiras em privilegiados destinos de surf (Silva, 2009a).

O potencial de crescimento deste tipo de turismo é enorme, conforme realça Leal (2007): *“... o sonho do sol, praia e gente gira preenche o imaginário, o surf já não é só para miúdos rebeldes, há pais e avós que vão para a praia surfar com os filhos e netos”*.

Há várias ondas em Portugal que podem funcionar como pólo de atracção do turismo de surf. O exemplo de Peniche é paradigmático a esse respeito. Hoje em dia o concelho acolhe milhares de visitantes de todo o mundo e tem no surf uma das grandes fontes de receitas e de garantia de emprego.

Calhoun (2009) afirma que os surfistas são viajantes aventureiros que estão dispostos a dar uma segunda oportunidade aos países referenciados com imagens preconcebidas e que, depois irão difundir as suas experiências e opiniões a todas as outras pessoas que conhecem, promovendo assim o local como fabuloso destino de férias.

O impacto do turismo de surf é um fenómeno global. Os praticantes, através do “passa palavra”, são quem melhor dá a conhecer os locais com ondas por onde passaram. Existem, no entanto, outras formas de divulgar as ondas e os locais, garantindo grandes ícones de notoriedade.

O papel das acções e estratégias de comunicação é fundamental para o marketing dos destinos turísticos. Existem variadas alternativas de acções comunicativas que podem

ser utilizadas, porém, para a sustentabilidade dos destinos é essencial que se escolha a mistura adequada e que a sua qualidade e quantidade sejam controladas. O papel das acções comunicativas que sejam desenvolvidas pela cidade ou região sobre a imagem da mesma como destino turístico, é também um importante aspecto a destacar (Gandara, 2003).

2.4.1. A Importância dos Eventos Desportivos de Surf

O crescente interesse dos meios de comunicação social pelas modalidades desportivas náuticas de competição atraem um grande número de curiosos e adeptos, revelando assim o potencial náutico que existe em Portugal.

Lopes (2008), refere que o desenvolvimento dos desportos náuticos deve-se ao facto de existirem organismos do meio desportivo que promovam eventos.

Pereira (2005), citando Huchon *et al.* (2002), afirma que a realização de grandes eventos cobertos pelos *mídia* internacionais constituem um forte contributo para a criação, transformação e valorização da imagem de um local.

Um estudo recente divulgado pela organização EuroSIMA refere que a Ericeira é o segundo nome mencionado quando se pergunta por uma região onde se realizam eventos de surf na Europa.

Os eventos de surf projectam uma região para o turismo. A realização de campeonatos, principalmente de âmbito internacional arrasta muitos meios de comunicação social que promovem o destino quando fazem a cobertura.

A realização destes eventos gera um impacto económico positivo na região, pois proporcionam um aumento do número de turistas e visitantes numa época considerada baixa (Tourism NSW, 2009).

Apesar de os eventos desportivos serem, principalmente, uma iniciativa de instituições não relacionadas ao turismo e, por isso, representarem estratégias de marketing institucional, tais iniciativas têm contribuído para o desenvolvimento do turismo local e

também para afirmar a imagem turística dos locais que acolhem esses eventos (Lopes, 2008).

Murphy e Bernal (2008), no seu estudo realizado sobre o impacto do surf na economia local de Mundaka referem que, em média, estima-se que o surf leva entre cinco mil e quinze mil surfistas para a pequena vila todos os anos com um adicional de vinte e trinta mil turistas atraídos pela competição “Billabong Pro”.

No ano passado, o Rip Curl Pro Search Peniche 2009, uma etapa circuito mundial de surf, teve uma mediatização de tal maneira forte que na Austrália, por exemplo, realizavam-se directos em horário nobre e na imprensa escrita todos os dias surgiam notícias sobre Peniche e sobre a prova. Na internet, o número de acessos à página oficial do evento contabilizados foi de 1,9 milhões de visitantes oriundos de cerca de 192 países (dados gentilmente cedidos pela Rip Curl Portugal).

Esta competição veio confirmar o crescente interesse pelos desportos de ondas e corroborar a excelência das praias e da costa portuguesa para a prática deste tipo de desporto.

Atento o seu contributo para a afirmação do potencial do Turismo Náutico, o Rip Curl Pro Search Peniche 2009 foi distinguido com o prémio da Categoria de Eventos, no âmbito da 5ª edição dos Prémios Turismo de Portugal (Turismo de Portugal, 2009). Prova do sucesso que este evento teve em 2009, é o regresso de mais uma etapa do circuito mundial de surf a Peniche em 2010 e 2011, com possibilidade de receber a prova durante mais nove anos.

Bicudo e Horta (2009a) afirmam que *“cada prova do WQS 6 estrelas, que ofereça um prémio de 100 mil euros, traz ao local de competição 500 pessoas durante duas semanas, o que gera um cash flow de aproximadamente 1 milhão de euros à região da competição. Por sua vez, um surfista gasta cerca de 2 a 3 mil euros por ano em despesas directamente relacionadas com material de surf e com viagens de surf. Desta forma, atinge-se um retorno de investimento na indústria do surf em Portugal de 150 a 200 milhões de euros”*.

Dado que este tipo de eventos e competições atraem muitos visitantes surfistas e não surfistas, que contribuem para o desenvolvimento das economias locais, leva a que se

constate uma competição cada vez maior pela consagração das regiões onde se realizam os campeonatos, como destinos de excelência para o turismo de surf (Flucker, 2003) e em Portugal, Peniche está na linha da frente.

2.5. A Gestão da Orla Costeira e o Turismo de Surf

“Onde a feliz coincidência de variáveis cria uma ondulação de qualidade perfeita num ambiente acessível e seguro está um local de surf” (Kampion e Brown, 2003). Existem, em todo o mundo, milhares de locais possíveis para praticar surf, mas os locais de contemplação, aqueles a que os surfistas chamam de *secret spots*, não. Os mesmos autores afirmam que *“A maré certa, a ondulação certa, a ajuda de uma brisa vinda da direcção certa e um local de surf pode transformar-se numa breve perfeição – durante um dia, uma hora ou talvez uma só onda.”*

Segundo Macedo (2007), os locais que se situam fora das praias urbanas devem manter-se intactos e protegidos da desmesurada expansão das cidades. A criação de reservas e parques naturais e outras medidas ambientalistas constitui-se num contributo importante para proteger a integridade de certos locais. Os surfistas, que dependem directamente da natureza para praticar surf, devem ser os primeiros a dar o exemplo na preservação dos locais, de forma a garantir a continuidade e evolução deste desporto nas gerações futuras.

Todos sabemos que o Turismo, o Desporto e o Ambiente estão intrinsecamente ligados numa relação delicada. O Turismo e o Desporto podem constituir um foco para a destruição ou um incentivador para a protecção do ambiente. Numa perspectiva conciliadora, o turismo de surf incorpora a relação existente entre Turismo, Desporto, Ambiente e Economia, utilizando-os em seu benefício de forma construtiva.

“Uma boa onda deve ser muito longa, muito grande ou muito tubular” (Bicudo e Horta, 2009b). Sendo o surf um desporto que se pratica nas ondas, deve haver um interesse por parte das entidades competentes na protecção e conservação dos locais onde estas ondas

existem. Muitas intervenções costeiras, ao mexerem nos fundos de areia, entre outras acções, afectam seriamente as características das ondas. Actualmente, os estudos de impacte ambiental não incluem a qualidade das ondas como um recurso a proteger. Um dos mais mediáticos exemplos em Portugal, prende-se com a Vila do Jardim do Mar, na Região Autónoma da Madeira. De acordo com a SurfRider Foundation, Save the Wales e Surf Portugal, a construção de um paredão de apoio a uma estrada nesta zona representa uma perda lastimável para o desporto aquático europeu e para a Madeira.

A Ponta Delgada, também na Madeira, região que também era visitada por muitos praticantes de surf devido às suas boas condições existentes, foi outra zona afectada por uma semelhante intervenção governamental. Foi construído nesta zona um pontão em apoio a uma praia artificial criada em poucas semanas. O impacto desta acção inviabilizou a prática deste desporto, que dependia da configuração e orientação geomorfológica local (Moreira, 2005).

Na praia do Cabedelo, na Figueira da Foz, as obras no molhe norte do porto afectaram seriamente a qualidade das ondas, outrora consideradas uma referência nacional. Este acontecimento incitou mesmo à criação do movimento SOS Cabedelo, com o objectivo de chamar a atenção para a destruição de um recurso natural de Excelência e tentar arranjar soluções alternativas para recuperar a qualidade das ondas do Cabedelo.

O desenvolvimento económico e social de uma região, que se reflecte também na construção de infra-estruturas e no crescente fluxo de turista que a visitam, torna imperativa a orientação das estratégias de desenvolvimento turístico, de forma a garantir a sustentabilidade dos sistemas, tendo em conta a realidade regional e a consolidação qualitativa da sua imagem.

Bicudo e Horta (2009b), apontam locais em Portugal que possuíam ondas de grande qualidade e que, derivado às intervenções costeiras, perderam atractividade e qualidade:

- Rabo de Peixe, Açores. 2000: Perda inicial – 50%; Perda final – 50%
- Lugar de Baixo, Madeira. 2001: Perda inicial – 100%; Perda final – 40%
- Santo Amaro de Oeiras, Lisboa. 2003: Perda inicial – 50%; Perda final – 30%
- Jardim do Mar, Madeira. 2005: Perda inicial – 50%; Perda final – 50%
- Ponta Delgada, Madeira. 2005: Perda inicial – 100%; Perda final – 100%
- Cabedelo do Douro, Porto. 2006: Perda inicial – 100%; Perda final – 100%

No entanto, existem alguns casos em Portugal onde foram adoptadas medidas para preservar as suas condições naturais, ainda que pontuais e minoritários. O caso mais evidente é o da praia de Carcavelos, onde um projecto de construção de dois grandes esporões curvos foi totalmente abandonado em prol do surf. Em Santo Amaro de Oeiras, onde um molhe foi encurtado, no Lugar de Baixo, na Madeira, onde uma Marina foi deslocada, e também no Terreiro de São Mateus, na Ilha Terceira, onde um quebra-mar foi estreitado, são casos de locais que tomaram medidas de atenuação parciais.

O S.O.S. – Salvem o Surf, actualmente presidido por Pedro Bicudo, tem vindo a defender que os projectos costeiros passem a considerar o surf nos estudos de impacte ambiental. A necessidade de investigação na área do surf leva a que seja necessário compreendermos mais profundamente a nossa costa. Por exemplo, é bem mais fácil projectar o molhe do porto de Peniche do que entender porque uma onda como a de Supertubos é tão perfeita (Bicudo, 2009b). O autor refere ainda que a prática do surf permite experimentar com grande detalhe fenómenos tão importantes como a rebentação das ondas e as correntes de retorno que transportam os sedimentos juntos à nossa costa.

Assim, o surf proporcionará a evolução da investigação nesta área, trazendo uma nova problemática à faixa costeira nacional, o que fará incluir esta temática na gestão da nossa costa litoral e proporcionar melhores condições ao desenvolvimento do turismo de surf.

2.6. Caracterização do Concelho de Peniche

2.6.1. Peniche: especificidades territoriais

O concelho de Peniche localiza-se no litoral oeste português. Para além do território continental, é também parte integrante do mesmo o Arquipélago das Berlengas – conjunto de ilhas localizadas a Noroeste do Cabo Carvoeiro.

Administrativamente, insere-se no distrito de Leiria, sendo composto por seis freguesias, três das quais correspondem à cidade de Peniche (Ajuda, Conceição e São Pedro) e três rurais: Atouguia da Baleia, Serra d'el Rei e Ferrel. Esta cidade apresenta-se como um importante centro urbano da Região Oeste (actualmente com uma população que ronda os 15.600) (INE, 2008), possuindo uma oferta de valores e condições de vida satisfatórias, no contexto nacional e regional.

Relativamente à ocupação geral do território, esta assenta num sistema algo desequilibrado, sendo o índice de distribuição populacional por pequenos aglomerados relativamente significativos (apesar da maior concentração na sede concelhia). (Fonte: Plano Director Municipal de Peniche)

Dos diversos sistemas urbanos, que constituem o concelho de Peniche, destaca-se um núcleo principal (a cidade), com potencial e dinâmica significativos, e outros mais pequenos que são polarizados pela sede de concelho.

Os aglomerados populacionais localizados na faixa costeira sul, constituem um sistema próprio, complexo e relativamente autonomizado, uma vez que associada à pressão turística verifica-se, actualmente, uma ocupação muito extensa neste território.

2.6.2. Realidade Demográfica e Características Económicas

A população do concelho de Peniche tem apresentado, desde a década de 70, um crescimento regular. O crescimento exponencial ocorrido nos anos setenta (de 21.555, em 1970, para 25.627, em 1981) atenuou-se na década seguinte. Contudo, durante a década de 90, verificou-se novamente um acréscimo bastante visível. Este crescimento assume ainda maiores contornos, a partir do ano 2000, retomando-se os elevados valores registados durante a década de 70. Segundo as diversas estimativas populacionais realizadas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), este crescimento tenderá a acentuar-se nos próximos anos.

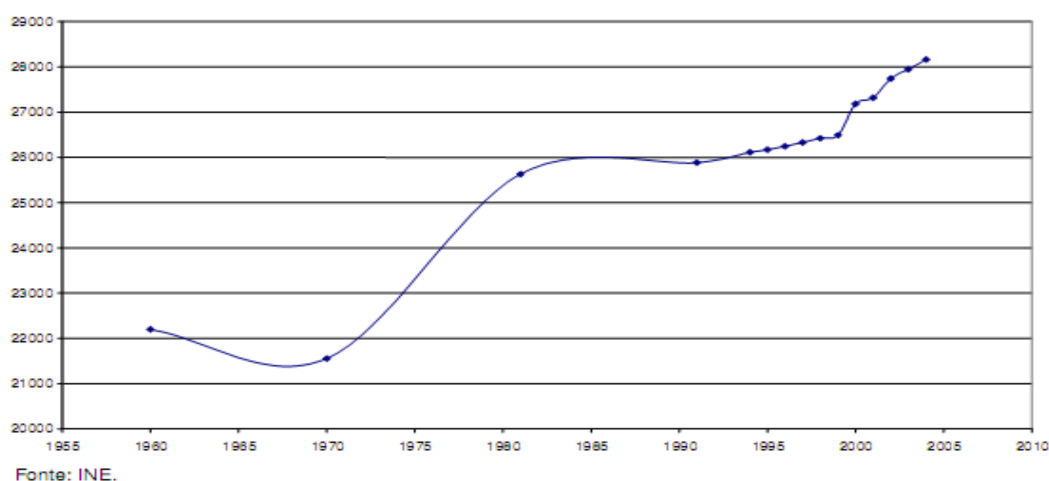


Gráfico 2.02. – Evolução da População Residente no Concelho de Peniche entre 1960 e 2004.

O aumento registado entre 1991 e 2000, assente num saldo migratório elevado, ficou a dever-se a dois fenómenos migratórios: por um lado, a entrada de população oriunda de outros concelhos, que procura melhores condições de vida, que procura residir num território “longe” das grandes cidades e com melhor qualidade ambiental, mas relativamente próximo (reduzida distância-tempo aos grandes centros urbanos da região e mesmo a Lisboa); por outro lado, o progressivo acréscimo de imigrantes oriundos de países do leste europeu e do Brasil.

A partir de 2001 regista-se, a par do elevado crescimento populacional patenteado pelo concelho em termos gerais, um acréscimo do peso das freguesias rurais, sendo Atouguia da Baleia a que mais contribui para essa realidade. Esta freguesia tem sido, nos últimos anos, alvo de uma procura considerável por parte de população extra-concelhia que encontra aqui boas condições para residir (muitas pessoas que desenvolvem a sua actividade profissional na Área Metropolitana de Lisboa procuram e adquirem residência neste concelho e nesta freguesia em particular). Neste quadro, a freguesia tem sido palco de um apreciável crescimento urbanístico, tanto para fins turísticos como para fazer face a esta “nova” procura. (Fonte: Junta de Freguesia da Atouguia da Baleia).

De modo a podermos caracterizar o concelho de Peniche, em termos de Equipamentos e Serviços, apresentamos a seguinte tabela:

Equipamentos e Serviços	Número
Serviços e Comercio	
Repartição das Finanças	1
Cartório Notarial	1
Tribunal	1
Posto Policial	2
Corporação de Bombeiros	2
Agência bancária (não se refere a balcões)	4
Caixa Multibanco	11
Agência de Seguros	5
Agência Imobiliária	5
Agência de Viagens	3
Agência de Aluguer de Veículos	1
Escola de Condução	2
Escritório de Advocacia	4
Gabinete de Contabilidade/Consultadoria e Gestão	3
Gabinete de projectos de Construção Civil	3
Clínica Veterinária	2
Agência Funerária	4
Centro de Inspeção Automóvel	1
Posto de Abastecimento de Combustível	4
Posto de Abastecimento GPL	1
Hipermercado	1
Supermercado	6
Acolhimento Empresarial	
Área infra-estruturada para acolhimento empresarial	1
Ambiente e Energia	
Distribuição regular de águas todo o ano	5
Tratamento de águas residuais	4
Recolha Selectiva de lixo	4
Transportes e Comunicações	
Praça de Táxis	4
Estação ou posto de Correios	4
Locais Públicos de acesso à Internet	4
Ensino	
Educação Pré-escolar	6
Ensino Básico 1º Ciclo	6
Ensino Básico 2º Ciclo	3
Ensino Básico 3º Ciclo	3
Ensino Secundário	1
Ensino Superior	1
Ensino Profissional	2
Saúde e Segurança Social	
Hospital	1
Centro de Saúde ou Extensão	4
Farmácia	5
Consultório Médico	4
Análises Clínicas	4
Creche	5
Lar de Idosos	2
Centro de dia	3
Centro de Emprego (dependência das Caldas da Rainha)	1

Desporto	
Piscina	1
Campo de Jogos Descoberto	5
Pavilhão Desportivo	3
Cultura e Lazer	
Sala de Espectáculo/Conferências	3
Ecrã de Cinema	1
Biblioteca	1
Unidades Hoteleiras	
Hotéis e Aparthotéis	4
Turismo Rural	2
Turismo de Habitação	3
Hospedarias	19
Pensões	3
Parques de Campismo	2

Quadro 2.02. – Equipamentos e serviços existentes no concelho de Peniche (2002) (Fonte: Magna Carta de Peniche 2025).

2.6.3. O Aproveitamento das Potencialidades do Mar para o Concelho

Na realidade, o Oeste e especialmente a península de Peniche apresentam condições muito favoráveis ao desenvolvimento do Cluster Mar, onde se poderão incluir vários segmentos da actividade turística tanto na componente massificada, como na desejável segmentária.

A base económica do concelho de Peniche tem assentado, fundamentalmente, na pesca e no vasto conjunto de actividades que lhe estão associadas, quer a montante quer a jusante, sobressaindo entre estas a elevada importância da indústria de transformação de pescado, seja na sua vertente de conservas de peixe, seja na diversificada indústria de congelação.

De acordo com as estatísticas oficiais publicadas pela DGPA – Direcção Geral das Pescas e Aquacultura – o porto de Peniche é o que assume maior importância nacional em termos de valor do pescado desembarcado, sendo o segundo mais importante em termos de volume, ultrapassado apenas pelo porto de Matosinhos. Esta grande importância do sector da pesca na comunidade de Peniche revela-se também em termos do emprego no concelho, pois uma parte significativa da população activa encontra-se ligada à denominada fileira da pesca.

Além desta actividade, a agrícola toma também contornos importantes na economia do concelho, já que as Freguesias rurais de Peniche dedicam-se muito a esta actividade.

A actividade turística, também com uma forte interligação com o mar nas suas múltiplas vertentes, assume-se progressivamente como um dos pilares de suporte e sustentação da base económica local. A sua excelente localização geográfica, as acessibilidades, as características físicas intrínsecas a este território, as paisagens de rara beleza, as Berlengas e a gastronomia, são alguns dos factores determinantes do poder de atractividade turística de Peniche, levando a que a população presente no concelho mais que duplique em alguns períodos do ano, nomeadamente nos meses de Verão e aos fins-de-semana.

Fazendo parte da Região Específica de Aproveitamento Turístico n.º 2 (REAT2), a qual integra também os concelhos da Entidade Regional de Desenvolvimento Turístico do Oeste: Alcobaça, Caldas da Rainha e Óbidos, Peniche é assumidamente um dos concelhos de excelência turística do Oeste, nomeadamente no produto sol e mar (só ao nível da hotelaria convencional, os estabelecimentos localizados no concelho contabilizam mais de 850 camas, enquanto os parques de campismo podem albergar um número superior a 3.000 campistas por dia).

Em suma, o concelho de Peniche enquadra um conjunto de atractivos que o tornam indubitavelmente um pólo turístico especialmente relevante. Entre os recursos turísticos do concelho, merecem especial destaque:

- O arquipélago das Berlengas;
- As praias do Baleal, da Consolação e Supertubos;
- A cidade e a fortaleza de Peniche;
- A ilha do Baleal;
- A gastronomia local;
- As ondas de excelência para a prática de surf das praias de Supertubos, Lagido e Pico da Mota.

Estes recursos suscitam uma grande atracção de turistas, o que é demonstrado pelos indicadores da procura e oferta de alojamento, formal e informal:

- O concelho de Peniche é o maior concelho da Região Oeste no que se refere ao número de dormidas em estabelecimentos hoteleiros, com 187.885 dormidas em 2005².
- Em 2006, o Parque de Campismo Municipal de Peniche registou 28.032 entradas e 81.672 dormidas³. Inclusivamente a ocupação tem vindo a aumentar progressivamente.

Ano	Entrada de Campistas	Dormidas
2004	25 714	70 286
2005	26 024	71 007
2006	28 032	81 672
2007	29 758	83 265
2008	33 412	98 205

Quadro 2.03. – Contabilização de Entradas/Dormidas no parque de Campismo Municipal . (Fonte: Relatório de Gestão Municipal 2008)

- A oferta de “alojamento informal” é de 598 camas na cidade, mais 248 camas no restante concelho, totalizando 846 camas. Estima-se que a ocupação entre meados de Junho e meados de Setembro seja próxima dos 100%⁴.
- A principal atracção turística do concelho é, sem dúvida, o arquipélago das Berlengas, equipado com infra-estrutura de alojamento no Forte de São João Baptista, o Pavilhão Mar e Sol (6 quartos) e uma reserva de campismo. Este arquipélago, inserido em Reserva Natural, é visitado anualmente por dezenas de milhares de turistas.

A problemática da duplicação da população nos meses de Verão, apesar dos benefícios que aportam à economia local, implica contudo, o surgimento de diversos constrangimentos provenientes da massificação: a saturação dos serviços públicos, a carência de estacionamento e o congestionamento do trânsito local e dos acessos a Peniche. No entanto, nos últimos anos tem-se verificado uma procura turística cada vez

² Fonte: Indicadores das Autarquias Locais, 2005 - DGAL.

³ Fonte: Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche – Relatório de Gestão Municipal

⁴ Leia-se Alojamento Paralelo. Fonte: Estudo Territorial realizado pelos Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche em 2008

mais significativa durante todo o ano, sobretudo aos fins-de-semana, suscitada em grande medida pela gastronomia local e pelo constante e diversificado calendário de eventos. A prática de desportos de deslize, que se manifesta intensamente no período de inverno, é também significativa para este aumento constante e de possível estacionalidade do destino turístico.

Com efeito, é facilmente observável que, praticamente todos os fins-de-semana do ano, a esmagadora maioria dos restaurantes de Peniche, Atouguia da Baleia, Baleal, Ferrel, Consolação e Serra d'el Rei se encontram lotados, o que, considerando a sua capacidade, pode representar mais de 4.000 pessoas atendidas a cada refeição.

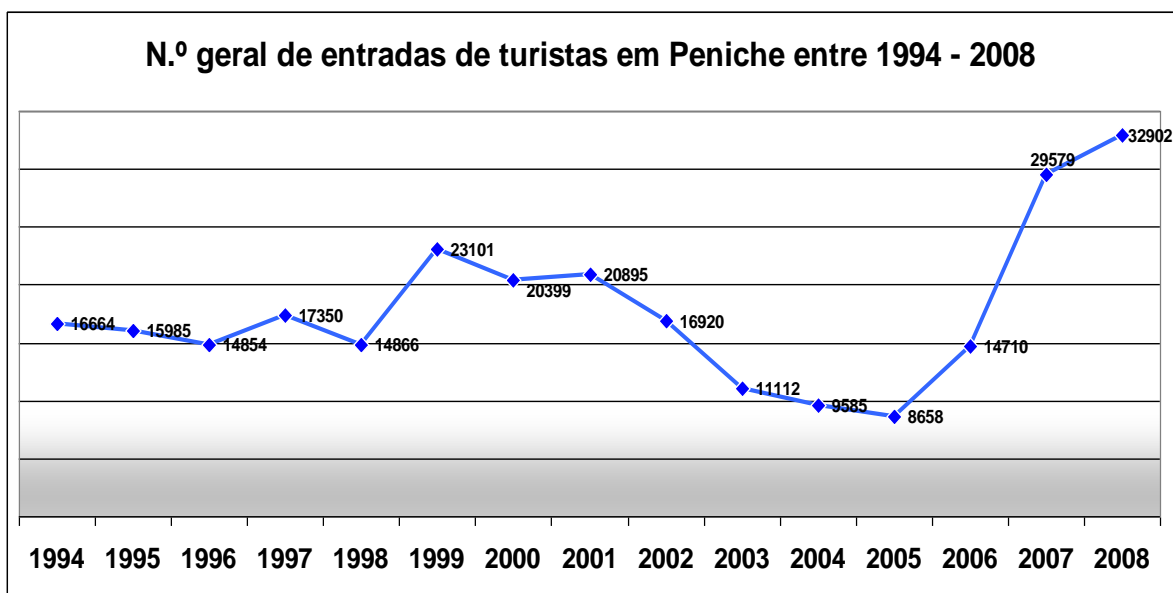


Gráfico 2.03. – N.º Geral de entradas de turistas em Peniche entre 1994-2008 (Fonte : Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche – valor estimado através das entradas nos Postos de Turismo).

Outro fenómeno observado nos últimos anos é a crescente procura de segunda habitação por parte de pessoas de todo o país, e também de Espanha, o que contribui ainda mais para o aumento da população presente em Peniche ao longo do ano. Realizando uma breve análise pelas nacionalidades daqueles que mais nos visitaram desde 2005 a 2008 é notório o crescimento anual nas seguintes 5 nacionalidades por ordem decrescente: Portugueses, Espanhóis, Franceses, Ingleses, Alemães e Italianos.

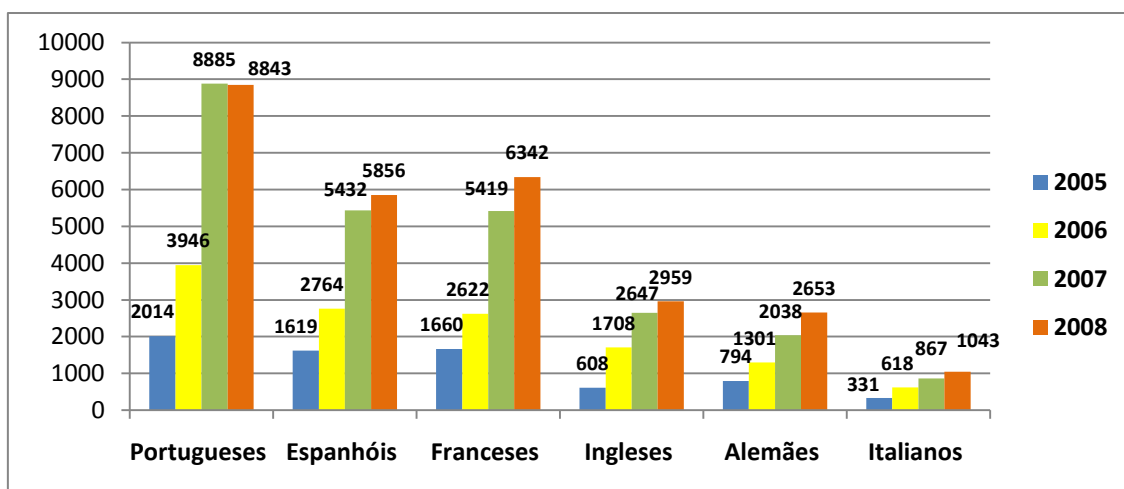








Gráfico 2.04. – Nacionalidades dos turistas que mais visitaram Peniche entre 2005-2008 (Fonte: Serviços de Turismo da C. M. de Peniche – valor estimado através das entradas nos Postos de Turismo).

Por sua vez, os desportos marítimos como o surf têm registado um desenvolvimento significativo em Peniche nos últimos anos, potenciado pelas excelentes condições naturais das praias do concelho para a sua prática. Este desenvolvimento tem tido impactes positivos directos na atractividade turística do local: por um lado, através do elevado número em escolas de surf e *surfcamps* que atraem para o concelho, durante todo o ano, centenas de praticantes destas modalidades; por outro, através da afluência de centenas de surfistas, muitos dos quais estrangeiros.

Importa ainda referir que os vários eventos desportivos (sobretudo os eventos desportivos marítimos, como regatas e campeonatos de surf) e as grandes festas populares que se realizam no concelho constituem também um grande poder de atractividade para o concelho. Estima-se que, anualmente, mais de 7.500 pessoas participem em actividades subaquáticas, como o mergulho, promovidas por várias das empresas marítimo-turísticas em actividade a partir do Porto de Peniche. (Consulta dos registos da Associação das marítimo-turísticas de Peniche).

Outro dado de especial relevância para o presente estudo, embora de 1997 (INE), refere-se ao gasto médio (equivalente a adulto) dos turistas por países de residência, segundo o motivo de viagem, comprovando que o Turismo Activo/Desportivo era já a segunda mais rentável no país.

	 EUA	 Alemanha	 Unido	 Países Baixos	 França	 Espanha	Outros	TOTAL
Férias	390.6	322.3	274.7	248.4	193.6	130.2	245.3	250.7
Desporto	331.9	304.0	240.1	150.5	331.9	119.2	217.8	230.1
Visitas amigos / familiares	435.1	141.8	221.2	94.3	108.9	95.2	258.0	207.1
Actividade profissional	175.2	190.7	134.9	207.7	108.0	85.4	284.1	204.4
Compras	-	67.7	-	-	-	217.4	343.8	200.7
Negócios	345.5	135.4	228.0	193.0	136.3	104.4	202.9	194.7
Religião	0.0	194.8	-	-	-	98.4	128.8	142.2
Outro motivo	291.7	194.3	197.8	226.2	380.0	30.8	149.1	143.8
Total	381.2	310.9	270.6	244.1	185.7	126.5	245.0	246.0

Quadro 2.04. – Gasto médio dos turistas por países de residência segundo o motivo da viagem (valores em milhares de escudos) (Fonte: INE).

Na medida da caracterização do perfil do turista de surf que visita Peniche, constitui-se de extrema importância podermos caracterizar o concelho em termos das suas potencialidades turísticas, pois o turista de surf, não é já e só aquele que procura as boas ondas, querendo aliar a sua visita a um produto turístico integrado.

O quadro seguinte pretende sistematizar o panorama geral das potencialidades do concelho de Peniche no que concerne à actividade turística, delineando algumas estratégias de desenvolvimento baseado na Magna Carta – Peniche 2025, publicada em 2009 pelo próprio município.

Recursos	Descrição	De Recursos a Potencialidades
Geográficos e Naturais	<ul style="list-style-type: none"> Localização central e acessibilidades facilitadoras de ligação aos centros urbanos e a Espanha Linha Costeira Reserva Natural do Arquipélago das Berlengas Península de Peniche com praias dotadas de vocação para a prática de desportos de deslize e para a prática balnear 	<ul style="list-style-type: none"> Exploração do “Cluster” de Mar ligado a variadas actividades económicas Desenvolvimento de variadas actividades ligadas à prática de desportos de deslize Desenvolvimento de investigação científica marítima e sensibilização ambiental Estruturação de programas turismo integrado com a dinâmica litoral/actividades desportivas / actividades culturais Manutenção da bandeira azul de várias praias do concelho, através de consequentes melhoramentos Promoção de eventos nas zonas balneares de forma estruturada e não sobreposta. Dotação da praia Baleal com infra-estruturas e equipamentos promotores de uma oferta integrada de serviços turísticos (alojamento, animação turística e recursos complementares)

Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • “Especialização” do perfil de Peniche no contexto do Oeste como um centro de actividade de pesca e indústria e serviços associados • Actividades ligadas ao mar enquanto recurso económico-produtivo, de turismo e recreio 	<ul style="list-style-type: none"> • Modernizar e apoiar a fileira das pescas • Promover o desenvolvimento económico do sector e a consequente qualificação dos recursos humanos • Concertar a oferta de serviços de pesca desportiva • Desenvolvimento de projectos no âmbito do aproveitamento da energia das ondas
Histórico Culturais	<ul style="list-style-type: none"> • Produtos de artesanato • Produtos tradicionais de qualidade • Gastronomia de Mar 	<ul style="list-style-type: none"> • Certificação das Rendas de Bilros de Peniche • Apoiar a construção ou recuperação de embarcações típicas utilizadas na pesca de Peniche e com consequente aproveitamento turístico • Difundir a imagem da sardinha de Peniche • Divulgação do produto Gastronomia em torno de pratos com maior tipicidade: caldeirada de Peniche, Alfaquique com açorda de ovas; sardinha assada e Lagosta Suada à moda de Peniche
Património Edificado	<ul style="list-style-type: none"> • Estrutura de fortificações com interesse e relevância histórica 	<ul style="list-style-type: none"> • Apostar na conservação e reabilitação do património • Implementação de uma rota histórica das fortificações do Concelho.
Recursos Complementares	<ul style="list-style-type: none"> • Restauração • Unidades de Alojamento • Empresas de Animação Turística (turismo Activo e Desportivo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Apostar na diferenciação, notoriedade e qualidade da restauração • Qualificar o tecido empresarial • Implementar estratégias complementares ao serviço de alojamento (dispor de serviços de animação interna) • Integrar os serviços de animação turística numa lógica de qualidade e da satisfação da procura • Promover a actividade de Pesca Desportiva. Mergulho e cruzeiros turísticos • Associar o produto do Turismo Activo e Desportivo a outros produtos turísticos numa lógica de produto compósito (Gastronomia, Turismo cultural...)

Quadro 2.05. – Potencialidades do Concelho de Peniche no que concerne à actividade turística (Fonte: Magna Carta – Peniche 2025).

Após o diagnóstico estratégico de todos os recursos e potencialidades que estes apresentam, surgem as mediadas estruturantes, várias delas aparecem ligadas ao Cluster de Mar, passando não só pelo desenvolvimento económico através da actividade piscatória, mas essencialmente através de estratégias delineadas para o turismo e a prática de desportos de deslize que passamos a descrever, segundo a Magna Carta:

Projectos Estruturantes	Medidas Prioritárias
Programa de Promoção Turística	<ul style="list-style-type: none"> • Reclassificação das unidades de alojamento • Projecto da Pousada de Portugal na Fortaleza • Expansão da Marina de Peniche • Aposta na implementação de serviços relacionados com a talassoterapia hidroterapia • Programas de animação turística ao longo do ano • Criação de um mega evento com projecção internacional ligado ao mar (em 2009 – Rip Curl pro Search)
Intervenção na Paisagem e nos Recursos Naturais	<ul style="list-style-type: none"> • Protecção da Reserva Natural das Berlengas • Protecção de dunas, praias e património Ambiental • Implementação de um pólo científico e gabinete técnico para o Cluster de Mar – associado Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar • Criação de itinerários paisagísticos terra-mar
Difusão do Surf Penicheiro (Peniche Capital da Onda)	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de um centro de desportos náuticos associados à fileira da Onda (Centro de Alto Rendimento de Surf – em construção). • Criação de uma “Aldeia de Surf”- oferta turística integrada com a hotelaria, restauração e animação turística para este segmento de mercado. • Criação de um núcleo museológico ligado ao percurso histórico do surf • Valorização da fileira do Surf (promoção e desenvolvimento de actividades de produção, comercialização e consumo de surf)

Quadro 2.06. – Estratégias para o Turismo e a prática de desportos de deslize (Fonte: Magna Carta – Peniche 2025).

Uma das principais medidas já implementadas por este documento diz respeito à execução de uma marca territorial que representasse Peniche e a sua ligação ao Mar.



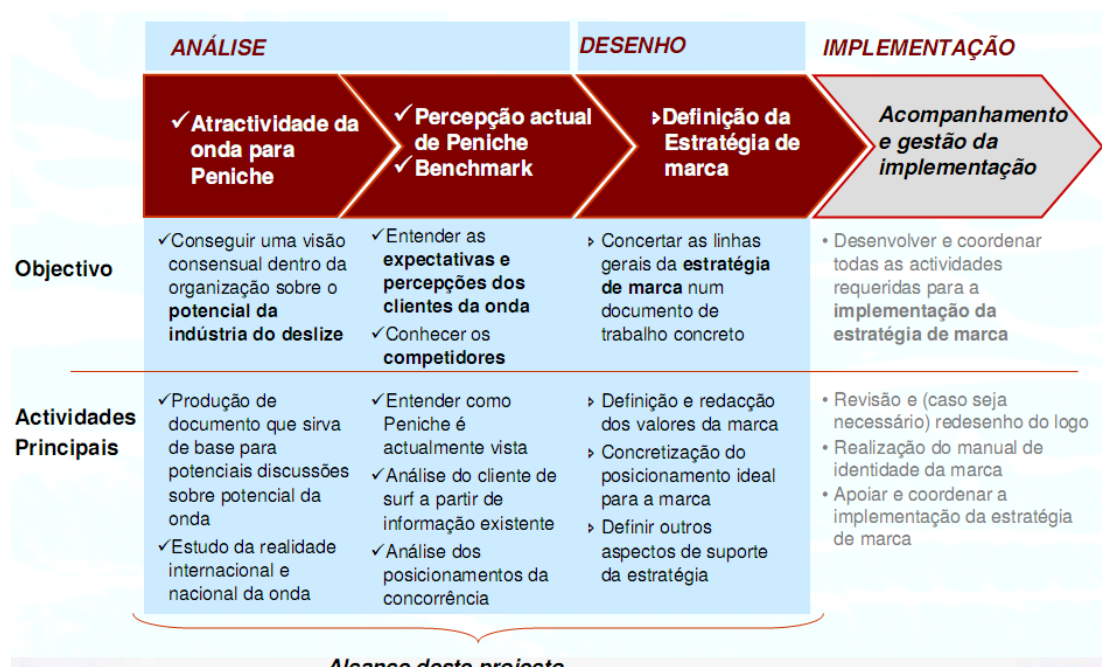
Figura 2.02. – Logótipo da marca “Peniche – Capital da Onda” (Fonte: C.M. Peniche).

Este conceito, “Peniche – Capital da Onda”, começou ainda a ser desenvolvido no ano de 2008, considerando que este seria um posicionamento muito importante para

Peniche, já que “um destino de “Onda” é possível de implementar apenas onde estas existem, ou se têm ou não se têm”(Preto, 2008).

O turismo de surf é de alta rentabilidade e de baixo impacte, “o surf está na moda: o surfware na Europa vale mais de €1.500 milhões e cresce 15% ao ano” (Preto, 2008).

Apesar de esta marca ter como principal objectivo distinguir o posicionamento de Peniche como um destino inigualável de desportos de deslize, defende também todo o Cluster de Mar. Para que seja perceptível o desenrolar deste projecto, apresentamos o seguinte esquema, baseado na conferência “Sou de Peniche”, realizada em Junho de 2008.



Quadro 2.07. – Planeamento do projecto de desenvolvimento da marca “Peniche – Capital da Onda”

(Fonte: Convenção “Sou de Peniche 2008” – C.M. Peniche).

De realçar que o desenvolvimento desta marca se apresenta muito mais do que uma promoção ao destino e tem como principais objectivos a qualificação do Turismo de Surf:

1. Oferecer experiencia únicas;
2. Regularizar as escolas de surf e os *surfcamps* de modo a se possuir uma oferta constante e legal;

3. Elevar a quantidade e a qualidade dos eventos desportivos de deslize;
4. Rentabilizar o turista de surf: criando infra-estruturas que prolonguem a sua estadia, mais especialmente para os nacionais, que necessitam de incentivos para pernoitar (e.g. campos de treino, workshops, eventos...);
5. Apoiar os empreendedores na área do surf;
6. Qualificar cada vez mais a infra-estrutura turística que complementa a actividade de surf.

Outro dos projectos estruturantes que se encontra já em fase de execução é o Centro de Alto Rendimento de Surf (CAR Surf), tendo o lançamento da primeira pedra sido efectuado pelo Sr. Secretário de Estado da Juventude e do Desporto, Laurentino Dias, a 14 de Fevereiro de 2009.

Esta infra-estrutura está localizada entre as Praias do Baleal e dos Supertubos, locais sobejamente reconhecidos pelas características ideais para a prática das modalidades de desporto de deslize (surf, bodyboard, longboard, kneeboard, kitesurf, etc), mais propriamente junto ao empreendimento Sol Village, e irá permitir a permanência de vários atletas de modo a poderem apurar a sua prática.



Figura 2.03. – Futuras Instalações do Centro de Alto Rendimento de Surf em Peniche (Fonte: C.M. Peniche).

Este edifício foi projectado de modo a respeitar a preservação dos ecossistemas dunares, característicos da zona em que se insere, o enquadramento paisagístico, sendo assente

em estacaria, com piso e fundações em construção tradicional de betão e a superestrutura e o revestimento terão por base o elemento madeira. Este equipamento será composto por três áreas distintas: uma zona residencial, com capacidade para 30 pessoas, uma área polivalente, direccionada para a ocupação de tempos livres, realização de actividades físicas, jogos e animações, e uma área comum /social, que será composta por espaços técnicos privados para os atletas e equipas, e outros de livre acesso, incluindo uma área destinada à instalação da sede de uma associação desportiva local.

O domínio de intervenção do CAR Surf - Peniche tem como objectivo prioritário, entre outros, promover o desenvolvimento do alto rendimento desportivo, orientado para aumentar a competitividade do concelho e propiciar ganhos significativos na coesão económica e social, nomeadamente através da atracção da juventude para a prática desportiva. A Câmara Municipal de Peniche celebrou também um protocolo com a Escola Superior de Desporto de Rio Maior que se compromete a: *“(...)a colaborar nos domínios da formação, da investigação, do desenvolvimento e da promoção do surf, bem como na realização de estágios profissionais e dinamização de actividades”*. (Cláusula Primeira – Âmbito de Colaboração, nº1 - Protocolo de Cooperação entre o Município de Peniche a Escola Superior de Desporto de Rio Maior - IPS, 26 de Janeiro de 2009, Peniche)

2.6.4. O Perfil do turista de Peniche: Motivações e Níveis de Satisfação

Segundo um estudo realizado pela primeira vez em 2008 e 2009, pelos Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche, foi possível definir aproximadamente o perfil do turista de Peniche e as suas motivações. De ressaltar que este estudo é meramente indicativo, já que é realizado a uma amostra de 310 de visitantes aos Postos de Turismo provenientes de diversos países.

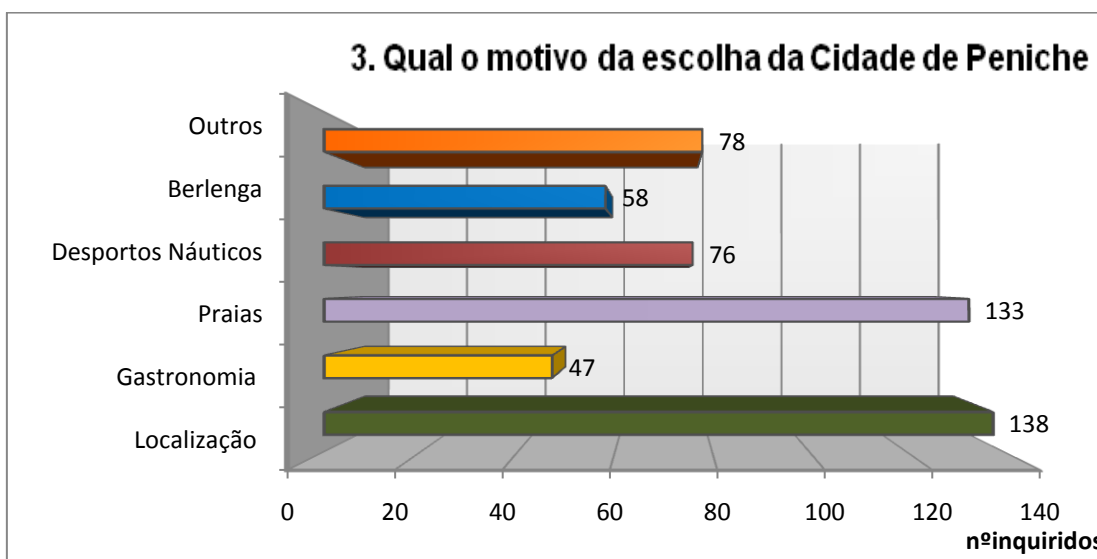
Os indicadores de 2009 mostram que a maioria dos inquiridos é do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 19 e os 37 anos. A generalidade dos inquiridos tem por hábito viajar, sendo que a maioria acompanhada pela família.

A Localização, as Praias, os Desportos Náuticos, entre os quais o surf, e Outras (família, rendas de bilros, trabalhos escolares) são as principais motivações que contribuem para

a escolha de Peniche, para uma visita. A informação prestada por amigos e a Internet são os principais meios de divulgação do concelho.

Constata-se que 74% dos inquiridos veio, pela primeira vez, a Peniche, utilizando o automóvel como meio de transporte para a sua deslocação, e aqui permanecendo entre 2 a 3 ou mais dias.

Podemos verificar, através do gráfico seguinte, a importância que os desportos náuticos detêm na procura do destino.



Quadro 2.08. – Motivo da escolha da cidade de Peniche pelos turistas (Fonte: Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche 2010).

2.6.5. História do Surf em Peniche

Em Novembro de 1977, no seio da Federação Portuguesa de Actividades Subaquáticas e com o apoio da Direcção Geral do Turismo, projecta-se o primeiro Campeonato Internacional de Surf em Portugal, o qual foi realizado em Peniche. A prova foi dividida em dois torneios: um primeiro, aberto a todos os portugueses, a fim de qualificar aqueles que iriam competir internacionalmente, e assim o próprio campeonato internacional (Nunes, 2007a).

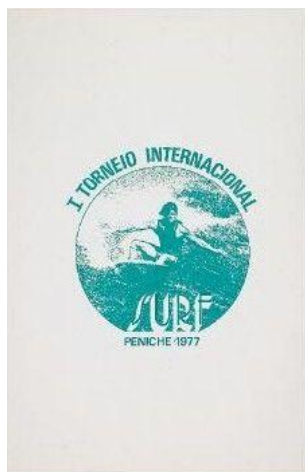


Figura 2.04. – Cartaz do “I Torneio Internacional de Surf – Peniche 1977” (Fonte: Arquivo da C.M. Peniche)

Em 1986, depois de adoptar Peniche para viver, Nuno Taveira foi o primeiro a ter uma fábrica de concepção de pranchas de surf no concelho, de seu nome “Papôa Surfboards”. Instalado num antigo armazém a caminho do farol, aí montou a sua fábrica e este foi um local de peregrinação para muitas crianças da época que se deslumbravam a ver aquelas “tábuas a deslizar nas ondas”. Muitos deles ainda praticam actualmente surf.

O Campeonato “Rip Curl Pro-AM Peniche 88”, realizado em 1988 a contar para o circuito europeu da *European Professional Surfing Association* (EPSA), constituiu um marco na História do Surf em Portugal e da sua evolução.

Devido ao facto de ser a primeira competição realizada em território nacional, incluída no circuito EPSA, forçosamente provocou repercussões em todo o velho continente, especialmente em Portugal, verificado pelo progresso acelerado que o surf nacional sofreu, obrigando muita gente a considerar o potencial do nosso país de uma forma mais respeitosa. Para este melhoramento da nossa imagem a nível internacional, contribuiu decisivamente a boa organização da prova e o excelente desempenho de alguns surfistas nacionais. Foram cerca de 100 os concorrentes de várias nacionalidades a participar neste campeonato. (*in*: Surfpoint, 2008)

Em 1989 e nos anos seguintes o evento repetiu-se, tendo como palco principal, a Praia de Supertubos. Gary Maish, Glen Winton e João Antunes sagraram-se campeões das três primeiras edições, respectivamente.

O primeiro clube de surf que existiu em Peniche sediava na Associação de Educação Física, Recreativa, Cultural e Desportiva Penichense. Nesta, foi criada uma secção de Surf, a qual dispunha de uma sala para o efeito. No entanto, não durou muito tempo, mas ainda assim mereceu honras de notícia em diversas revistas da especialidade. Envolvidos pelo verdadeiro espírito do surf, em 1987, alguns locais fizeram, juntamente com o clube e apesar dos escassos patrocínios, o "1º Circuito Regional de Surf e Bodyboard de Peniche". Foram sete ou oito provas mistas que marcaram o início da competição regional. Surfistas como Albano e Luís Cenoura destacaram-se neste evento. O circuito nunca mais se repetiu e, só passados dois anos, se deu início a uma nova prova – o "Circuito Inter-escolas de Surf e Bodyboard da Região Centro". Com o apoio da Câmara Municipal e de alguns comerciantes locais, o evento teve como objectivo alertar para o espírito desportivo inexistente e para os aspectos ecológicos ligados à cidade e às suas praias. Por falta de trabalhar para o desenvolvimento da modalidade, alguns organizadores abandonaram estas iniciativas e o evento perdeu-se e o clube também. (Nunes, 2007b)

Alguns surfistas locais não desistiram e criaram uma secção de Surf no Clube Naval de Peniche. Esta secção teve como objectivos a divulgação da modalidade, a criação de melhores condições de prática, a realização de provas de âmbito local e nacional e a federação de atletas. Assim, em Outubro de 1992 realizou-se a "V Etapa do Circuito Nacional O'Neill / Pisang Ambom" nas praias de Supertubos e Baleal. O apoio dado pela Secção de Surf do Clube Naval de Peniche ficou ameaçado por um conjunto de praticantes locais, que consideravam que o evento iria prejudicar o desenvolvimento da modalidade na região. (Nunes, 2007c)

Em Julho de 1994, Peniche fica, uma vez mais, ligado à história do surf em Portugal com a realização do primeiro Circuito Nacional de Longboard. O evento contou com o apoio da Secção de Surf do Clube Naval de Peniche. Almir Salazar foi o vencedor da prova.

Durante o ano de 1995, organizado pela Federação Portuguesa de Surf (FPS), realizou-se o Nacional de Clubes, na altura designado de Interclubes. O Clube Naval de Peniche foi Campeão Nacional de Surf e Bodyboard Masters.

Em Outubro de 2000 surgiu um novo clube, denominado de Península de Peniche Surf Clube. Este clube foi promovendo, ao longo dos anos, circuitos peninsulares de surf e bodyboard, bem como outros eventos de âmbito nacional. Coleccionou vários êxitos, como o título de campeão nacional de clubes em 2008.

O dia 23 de Junho de 2009 ficou marcado na História de Peniche e do Surf nacional. Nesta data foi oficialmente anunciada a localização da 9ª etapa do ASP World Tour, tendo sido escolhido Peniche, mais precisamente a Praia de Supertubos. Esta prova, organizada pela Rip Curl, decorreu entre os dias 19 e 30 de Outubro, tendo participado os melhores surfistas a nível mundial. A inclusão de Portugal no circuito ASP World Tour, principal competição profissional do surf, evidenciou o reconhecimento da excelência das condições naturais que justificam e reforçam a marca “Peniche – Capital da Onda”. A prova decorreu em vários locais, como Supertubos, Lagido, Molhe Leste e Pico da Mota e a adesão dos espectadores foi fantástica, estimada em cerca de 200 mil ao longo de todo o evento. O sucesso organizacional e mediático da prova foi reconhecido pelo Turismo de Portugal, atribuindo-lhe o prémio de melhor evento realizado em 2009 (Câmara Municipal de Peniche, 2009).

Prémio maior foi a atribuição, por parte da ASP, de uma etapa fixa do *World Championship Tour* em Peniche em 2010 e 2011, com possibilidade de renovação até nove anos, o que faz antever o desenvolvimento desportivo, económico e turístico da região nos próximos anos.

2.6.6. Peniche como destino de surf

Os destinos de surf ganham cada vez mais adeptos e podem ir desde a América Central até à Indonésia, sendo que podem ser dos mais massificados aos mais remotos ou exóticos.

Além do Hawai, a famosa Santa Cruz na Califórnia promovida como “*Surf City*” (marca promocional registada), conhecida pela capital também da marca mundialmente conhecida O’Neil e o seu museu de surf. A sua principal actividade económica continua a ser a agricultura, daí os principais segmentos turísticos atraídos serem os eco turistas e os turistas de massas.

Cabo Verde é um destino onde não só os desportos de deslize mas o mergulho são actividades desportivas de excelência e muito pouco massificadas, apesar das excelentes ligações aéreas, tendo como anfitrião o atleta Ângulo, campeão mundial de windsurf. (*in*: www.thesurfingsite.com). Byron Bay, surge-nos como o berço do surf na Austrália e apresenta-se como o paraíso dos *Backpackers*⁵.

Como destinos europeus podemos destacar os seguintes:

- Tarifa é mundialmente conhecida pela Capital do windsurf, com um clima ameno todo o ano e a presença constante de vento (característica partilhada com Peniche), além da excelente vida nocturna, o seu público principal continuam a ser os espanhóis. (*in*: <http://tarifa.costasur.com/en/surfing.html>)
- Na província da Biscaia em Espanha, Mundaka, a esquerda mais famosa do Mundo, apresenta uma estrutura económica desenvolvida em torno da prática de desportos de deslize, mas como consequência das constantes alterações do fundo das suas praias, por prática natural e humana, a ASP *World Tour*, corre o risco de não ser um evento novamente realizado. (*in*: www.surflife.com)
- Em França, Hossegor, apresenta-se como um dos destinos de surf mais procurados por surfistas profissionais, sendo que em 2001, este local viu a sua fama crescer devido à organização do 1º campeonato da ASP *World Tour*. É nesta pequena povoação que se encontram sediadas as principais marcas de surf europeias. Na região, segundo Preto (2008), existem mais de 170 empresas de desportos de deslize que empregam 2000 pessoas continuamente e geram cerca de 700 milhões de euros.
- No mesmo país europeu, Biarritz, acolhe anualmente o célebre Roxy Jam Women's World Longboard Championships (*in*: www.biarritz.fr)

Em 2009, o *Rip Curl Pro Search* realizado nas praias de Peniche (SuperTubos, Lagido, Molhe Leste e Pico da Mota) consagra o destino de surf "Capital da Onda".

⁵Backpackers: "O Mochileiro é um viajante independente, que organiza viagem por conta própria, dando ênfase ao conhecimento, aventura e diversão. Geralmente, utiliza meios de hospedagens mais económicos e costuma fazer viagens mais longas." *In* pt.wikipedia.org/wiki/Backpacker



Figura 2.05. – Imagem Promocional da marca

“Peniche – Capital da Onda” 2009 (Fonte: C.M. Peniche)

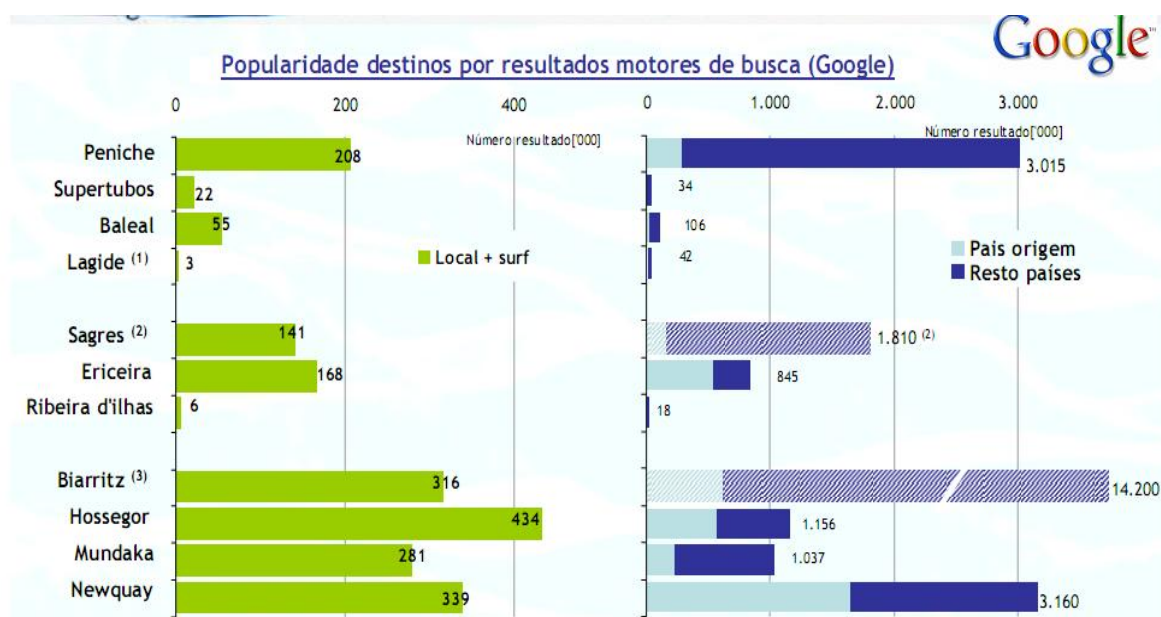
- | | |
|--|---|
| <p>pico da mota
beach break
maré: todas
ondulação: Oeste/Norte
ventor: quadrante Sul/Leste</p> | <p>papoa
ref break
maré: média/alta
ondulação: Oeste/Norte
ventor: quadrante Sul/Leste</p> |
| <p>almagreira
beach break
maré: todas
ondulação: todas as direcções
ventor: quadrante Sul/Leste</p> | <p>marques neves
ref break
maré: média/alta
ondulação: Oeste/Norte
ventor: quadrante Sul/Leste</p> |
| <p>lagide
ref break
maré: média/alta
ondulação: Oeste/Norte/ Noroeste
ventor: Leste</p> | <p>molhe leste
beach point break
maré: média/alta
ondulação: Sul/Oeste
ventor: quadrante Norte</p> |
| <p>prainha
beach break
maré: média/alta
ondulação: Oeste/Norte/ Noroeste
ventor: quadrante Sul</p> | <p>supertubos
beach break
maré: média/baixa
ondulação: Sul/Oeste
ventor: quadrante Norte</p> |
| <p>cantinho da baía
beach break
maré: média/alta
ondulação: Oeste/Noroeste
ventor: todos</p> | <p>consolação
point reef break
maré: baixa
ondulação: todas as direcções
ventor: quadrante Norte</p> |
| <p>cova da alfarroba
beach break
maré: todas
ondulação: Oeste/Norte
ventor: quadrante Sul/Leste</p> | <p>porto batel
ref break
maré: média/alta
ondulação: todas as direcções
ventor: quadrante Norte</p> |



Figura 2.06. – Imagem promocional da marca “Peniche – Capital da Onda” 2010 (Fonte: C.M. Peniche).

Comprovando a teoria de que Peniche é um destino de surf com bastante procura apresentamos os resultados do estudo realizado por Preto (2008), que demonstrou através da ferramenta *Google Trends* que apresenta uma aproximação do perfil dos cibernautas que buscam determinado termo, qual a procura calculada do destino Peniche para o surf, assim:

- Portugal é apontado como o 3º país do mundo que mais realiza buscas com a palavra “surf”.
- Em termos relativos, a Irlanda e a Espanha são os países mais interessados no “surf em Portugal” (sendo que os espanhóis são além dos portugueses aqueles que mais procuram o destino Peniche, vide gráfico 2.04. - Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche – valor estimado através das entradas nos Postos de Turismo).
- Peniche é o local mais procurado pelos internautas para surf no destino de Portugal, mas Hossegor ganha na Europa. (Gráfico 2.05.)



Legenda:

- 1) É também apelidada por dinastia Faraónica e aldeia no distrito de Braga
- 2) É também Cerveja, Seguros, Navio Escola...
- 3) Nome utilizado para outros produtos, hotéis...

Gráfico 2.05. – Popularidade dos destinos por resultados nos motores de busca – Posicionamento de Peniche (Fonte: Preto, 2008).

- Através da leitura do Gráfico podemos observar também que a Ericeira é o destino de surf mais procurado pelo Portugueses.
- Baleal origina mais resultados mesmo que quando associado à palavra “surf” do que SuperTubos.

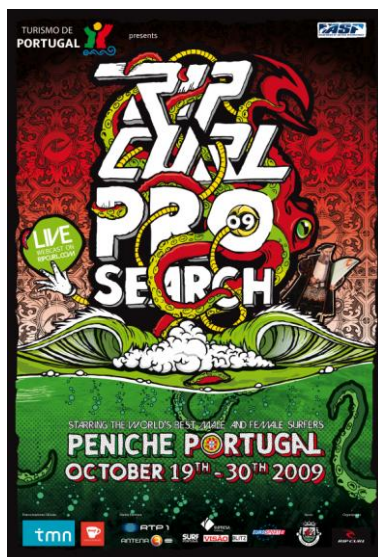


Figura 2.07. – Cartaz Promocional do Rip Curl Pro Search (Fonte: CM Peniche 2009)

Estes dados revelam a extrema importância de destino de surf que Peniche tem vindo a ganhar ao longo do tempo, comprovando-se também através do Inquérito realizado entre 19 e 30 de Outubro de 2009, aquando da realização do *Rip Curl Pro Search*, numa colaboração entre o Município de Peniche e a Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar – Instituto Politécnico de Leiria.

Este questionário foi desenvolvido nas praias de prova, durante o decorrer do campeonato, a uma amostra de 740 inquiridos, com a média de idades entre os 17 e os 35, a portugueses e estrangeiros.

Os portugueses incluíam a maioria daqueles que assistiram ao campeonato (379 indivíduos), seguidos dos espanhóis, franceses e alemães⁶.

⁶ Estimativa que não contradiz os dados fornecidos pelos Serviços de Turismo da CMP, elaborados segundo a entrada de turistas/visitantes nos postos de turismo – Gráfico 2.04. (Fonte: Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche – valor estimado através das entradas nos Postos de Turismo)

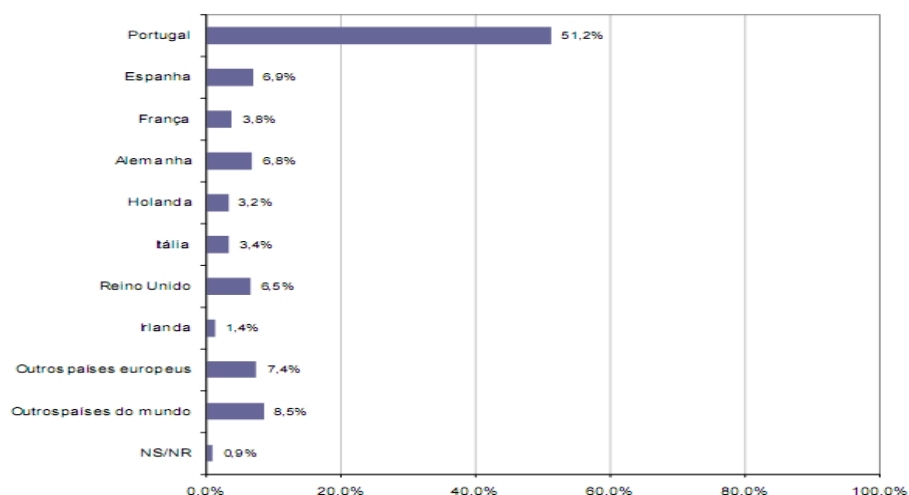


Gráfico 2.06. – Pais de residência dos inquiridos que assistiram ao campeonato (Fonte: Relatório de Inquéritos Rip Curl Pro Search 2009 – C.M. Peniche e ESTM – IPL).



Figura 2.08. – Pico da Mota no dia 24 de Outubro 2009, durante o Rip Curl Pro Search (Fonte: Arquivo CMP 2009)

Além da prática do desporto, um dos principais objectivos da prova seria o de catapultar a “Onda” de Peniche para o mediatismo e dar a conhecer o destino a nível mundial.

Deste universo, recorrendo à questão de se seria a primeira vez que o inquirido visitava Peniche, 62,3% respondeu negativamente, o que nos faz perceber que a visita a Peniche é prática recorrente, sendo que 84 pessoas visitam todas as semanas.

O estudo indagou sobre várias temáticas, inclusive sobre qual o seu grau de satisfação perante a visita e que características gostariam de ver melhoradas no destino. Uma das posições mais negativas obtidas foi a resposta à questão que incidia sobre o conhecimento da marca “Peniche – Capital da Onda”, contudo, dos 379 portugueses que responderam a esta questão, 199 têm conhecimento da marca.

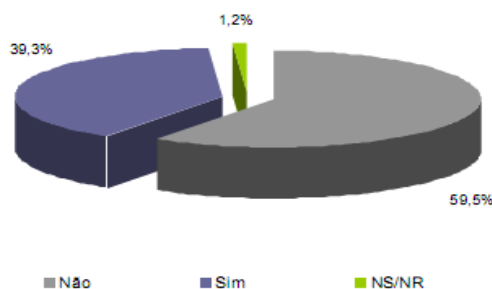


Gráfico 2.07. – Conhece a Marca Capital da Onda? (Fonte: Relatório de Inquéritos Rip Curl Pro Search 2009 – C.M. Peniche e ESTM – IPL).

Sobre como tiveram conhecimento deste evento, a Internet foi o meio de comunicação privilegiado (42,6%), seguida da informação dada por amigos ou conhecidos com 30,4% (*in*: Análise de Inquéritos Rip Curl Pro Search – 2009).

Uma das situações mais positivas deu-se com a permanência em Peniche de 33,9% dos inquiridos para assistir a todo o evento, que obviamente utilizaram várias super-estruturas turísticas (alojamento, restauração, transporte...), efectivando o efeito multiplicador da actividade turística no concelho.

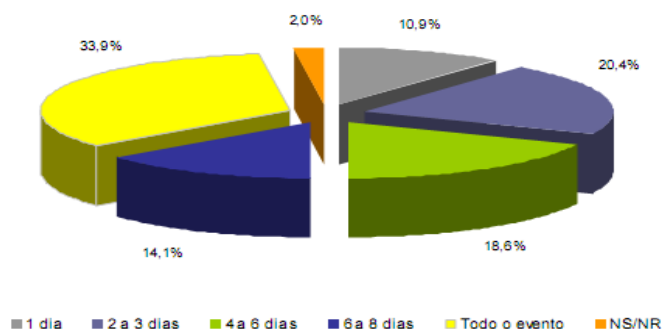


Gráfico 2.08. – Quantos dias vai permanecer em Peniche para assistir ao evento? (Fonte: Relatório de Inquéritos Rip Curl Pro Search 2009 – C.M. Peniche e ESTM – IPL).

Uma das principais razões pela qual, Peniche voltará a ser palco do *Rip Curl Pro*, entre 7 a 18 de Outubro de 2010, deve-se também aos resultados da seguinte questão: “Voltaria a Peniche para outro evento do género?”, sendo que 93% respondeu afirmativamente. (*in*: Análise de Inquéritos Rip Curl Pro Search – 2009, pp19).

Este inquérito teve como objectivo entender o modo como os espectadores do *Rip Curl Pro Search 2009* nacionais e estrangeiros perspectivam Peniche, quais as suas potencialidades e ameaças e como se poderia desenvolver a atracção, recorrendo a questões que indagaram quanto ao que pensam que deveria ser melhorado ou que outro género de eventos gostariam de ver realizados.



3. METODOLOGIA

Sabemos que a metodologia, enquanto prática crítica da investigação, deve necessariamente articular-se com o quadro conceptual de referência, que orienta todo o processo de produção de conhecimento.

Em sentido lato, a metodologia pode ser definida, segundo Herman (1983), como um conjunto de directrizes que orientam a investigação científica.

Após a revisão bibliográfica de diversos autores, e do quadro teórico onde cada um se insere, seguiu-se a necessidade de produzirmos uma metodologia que fosse capaz de recolher a informação adequada para articular a teoria com a investigação empírica em estudo.

Neste capítulo estão descritos os passos dados para a realização do estudo prático, aliado às informações da parte da revisão bibliográfica. A pesquisa de campo foi utilizada com o objectivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca das características mais relevantes dos turistas praticantes de surf no concelho de Peniche, pontos fortes e pontos fracos das condições actuais existentes para a prática de surf, sazonalidade da prática de surf e contributo económico do turismo de surf no desenvolvimento local.

3.1. Método de investigação

“Todas as ciências caracterizam-se pela utilização de métodos científicos [...]. O método é o conjunto das actividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permitem alcançar o objectivo, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.” (Lakatos & Marconi, 1992).

A escolha do método científico depende da estrutura e do conteúdo da investigação a ser realizada. O método desenvolvido por Bunge (1980, *in* Lakatos & Marconi, 1992) determina as seguintes etapas: levantamento do problema, colocação precisa do problema, procura de conhecimentos ou instrumentos relevantes para o problema, tentativa de solução do problema, produção de novas ideias ou produção de novos

dados empíricos, obtenção de uma solução, investigação das consequências da solução obtida e comprovação da solução. Caso a comprovação é satisfatória, haverá a conclusão do método e se não for satisfatória deverá haver correcção das hipóteses e início de um novo ciclo de investigação.

Segundo Schlüter (2003), os passos do planeamento da investigação envolve a formulação do problema, a determinação do quadro teórico, o trabalho de campo, a elaboração e interpretação de dados e, se for aplicável, cumprimento dos aspectos administrativos (cronograma e análise da viabilidade económica).

Lakatos e Marconi (1992) dividem o planeamento da investigação em quatro etapas: preparação da pesquisa – decisão, especificação dos objectivos, elaboração do esquema, constituição da equipa de trabalho e levantamento de recursos e cronograma; fases da pesquisa – escolha do tema, levantamento de dados, formulação do problema, definição dos termos, indicação das variáveis, delimitação da pesquisa, amostragem, selecção dos métodos e técnicas, organização do instrumental de pesquisa e teste de instrumentos e procedimentos; e execução da pesquisa – recolha de dados, elaboração dos dados, análise e interpretação dos dados, representação dos dados e conclusões e relatório de pesquisa. O desenvolvimento do nosso estudo de investigação adoptou, como modelo orientador, o modelo proposto por Lakatos e Marconi, por representar um método completo, claro e objectivo.

3.2. Variáveis

O estudo a efectuar pretende conhecer diversos aspectos, de forma a identificar o perfil do turista praticante de surf em Peniche:

- i. Idade;
- ii. Género;
- iii. Habilitações literárias;
- iv. Profissão;

- v. Situação Profissional;
- vi. País de residência;
- vii. Motivo da viagem;
- viii. Forma de organização de viagem;
- ix. Motivações que influenciaram a escolha do destino;
- x. Meio de comunicação que influenciou a decisão da visita;
- xi. Meio de transporte utilizado;
- xii. Forma social da viagem;
- xiii. Tempo de permanência;
- xiv. Gastos com a prática de surf;
- xv. Gastos com a alimentação;
- xvi. Gastos com o transporte;
- xvii. Gastos com *souvenirs*;
- xviii. Rendimento médio mensal;
- xix. Intenção de regresso;
- xx. Oferta turística local utilizada;
- xxi. Necessidade de melhoria dos atractivos, da infra-estrutura urbana e turística local.

3.3. Método de Recolha dos Dados

O questionário tem a vantagem de ser económico, permitir o anonimato, permite ser aplicado a um grande número de pessoas simultaneamente e permite a padronização das perguntas. Quanto as desvantagens do questionário: baixo índice de resposta e dificuldade para realizar a verificação e controlo das respostas. (Schlüter, 2003).

Neste trabalho, o questionário estruturado com perguntas fechadas, de múltipla escolha e abertas foi o instrumento adoptado. As vantagens citadas por Schlüter para este instrumento foram coerentes tanto com as características da amostra desta investigação como com o pouco tempo disponível para inquirir a amostra e poder obter as respostas.

O instrumento tipo questionário é uma forma de medida acreditável e menos dispendioso, pois a sua aplicação proporciona a recolha de dados similares em menos tempo.

3.4. Construção do Questionário e Pré-teste

O inquérito é uma das formas mais apropriadas para a investigação conclusiva capaz de fornecer informação válida e relevante para a tomada de decisão. Assim, utilizou-se no presente estudo um questionário estruturado, visto que tornava o trabalho mais simples em termos de aplicação, tabulação e análise.

Na construção dos questionários aplicados foi redigida uma introdução, na qual constam alguns aspectos preconizados por Hill e Hill (2000), tais como:

- i. Um pedido de cooperação no preenchimento do questionário;
- ii. A razão da aplicação do questionário;
- iii. Uma apresentação curta de natureza geral do questionário;
- iv. O nome da instituição;
- v. Declaração de confidencialidade das respostas;
- vi. Declaração de natureza anónima do questionário.

De acordo com as indicações referidas na literatura consultada acerca da elaboração de perguntas (Miller, 1991), foram definidos alguns critérios, tais como:

- i. O uso de vocabulário simples e de uso corrente;
- ii. Um sentido unívoco das expressões e palavras;
- iii. Uma ideia apenas em cada afirmação;
- iv. Uma redacção que possibilite a unanimidade de compreensão do sentido da afirmação;
- v. Uma formulação que não contenha pressupostos já adquiridos;
- vi. Evitar formulações que traduzam expectativas;

- vii. Evitar termos carregados de afectividade e de juízos de valor;
- viii. Procurar afirmações mais de natureza descritiva do que avaliativa.

A construção e aplicação do questionário foi um processo que envolveu as seguintes etapas:

- Pré-teste ao questionário;
- Escalas de medida utilizadas e definição da versão final;
- Definição do universo da investigação e do processo de amostragem utilizado;
- Recolha da informação;
- Codificação e tratamento preliminar dos dados recolhidos;
- Definição dos métodos e técnicas de análise quantitativa de dados.

Terminada a elaboração do questionário em Português, efectuou-se uma tradução português-inglês (Anexo B), pois esta é considerada uma língua universal, sendo assim extensível a um maior número de pessoas, e português-espanhol (Anexo C) pois, como foi verificado na revisão da literatura, esta é a segunda nacionalidade que mais visitam Peniche, a seguir à portuguesa. A tradução do questionário noutras línguas permitiu garantir uma taxa de respostas ao questionário tão elevada quanto possível (Hill e Hill, 2008).

De seguida disponibilizou-se um questionário provisório que se submeteu a um pré-teste, com o objectivo de garantir a sua adequação efectiva às questões colocadas, identificando eventuais falhas de construção do próprio questionário, das perguntas ou da sua compreensão (Bosch e Torrente, 1993).

O pré-teste foi administrado individualmente e presencialmente pelo investigador a dois grupos de “avaliadores”, professores e surfistas. Foi tido em consideração o seu desenho, codificação, tipo de escalas, tempo de preenchimento e validade. O pré-teste permitiu indagar sobre a validade do questionário para medir os conceitos em estudo e testar as hipóteses de atingir os objectivos da pesquisa.

Foram sugeridas algumas alterações quanto à inclusão de mais algumas questões que permitissem obter um conhecimento mais alargado dos hábitos de consumos dos

surfistas. Verificou-se também que o questionário demora, em média, cerca de 8 minutos a ser respondido, o que foi considerado pelos inquiridos um tempo aceitável.

Reformulado o questionário, mediante as sugestões apontadas, considerou-se que passava a reunir as condições para ser utilizado como instrumento de recolha de informação para o presente estudo.

3.5. Escalas de Medida Utilizadas e Definição da Versão Final

Todo o questionário contém questões fechadas, à excepção da questão número 6 que é aberta (ver Anexo A). Tendo em conta a natureza das questões, utilizaram-se dois tipos de escalas de medida, Nominais e Ordinais. As escalas nominais são escalas com um conjunto de respostas qualitativamente diferentes e mutuamente exclusivas. Por sua vez as escalas ordinais permitem a ordenação, através do estabelecimento de uma relação (Hill e Hill, 2008). A normalização implícita permite controlar o enviesamento nas respostas e assegurar que os inquiridos respondem exactamente às mesmas perguntas (Kinnear e Taylor, 1996).

Passamos a identificar e a justificar a inclusão no questionário de cada uma das variáveis, bem como a clarificar os conceitos que lhes estão subjacentes, por questão, designando-as por (Q) seguido de um número sequencial. Para facilitar no tratamento e análise dos dados recolhidos, agrupámos internamente as questões em quatro partes:

A – CARACTERIZAÇÃO SOCIO-DEMOGRÁFICA DA AMOSTRA

- (Q1) Género – É uma variável com significado em termos de comportamento sócio-económico, o que é válido para o estudo da actividade turística.
- (Q2) Idade – As opções de resposta estão divididas por escalões etários, no sentido de identificarmos o escalão que abrange o maior número de turistas de surf.

- (Q3) País de residência – o país de residência de um visitante é definido como o país onde o visitante viveu nos últimos doze meses ou viveu durante um menor período de tempo, mas pretende lá voltar nos próximos doze meses, para viver. A classificação dos visitantes internacionais por país de origem tem como conceito subjacente o país de residência e não o país de nacionalidade (OMT, 2010; Cunha, 2001).
- (Q4) Habilitações literárias – A OMT (2010) afirma que cada país deve usar a sua classificação específica nesta dimensão. Assim, a utilizada no nosso estudo é suficientemente clara e abrangente, de modo a que todos os inquiridos se consigam situar numa delas e permite a comparabilidade com os dados de outros países.
- (Q5) Situação profissional e Profissão – permitem-nos caracterizar os turistas de surf e relativamente à sua vida profissional.
- (Q6)
- (Q7) Rendimento médio mensal líquido – questão fechada de escolha múltipla. Está estruturada por intervalos que abrangem tanto os níveis médios de rendimentos em Portugal como em países estrangeiros. Permite-nos tipificar o turista de surf em termos de rendimento médio mensal.

B – CARACTERIZAÇÃO DO IMPACTO ECONÓMICO NA ECONOMIA LOCAL

- (Q8) Pretende-se determinar alguns comportamentos de viagem dos surfistas, nomeadamente o hábito de viajar sozinho ou acompanhado neste tipo de viagens.
- (Q9) Tempo de permanência – é um dado muito importante, pois permite determinar o limite máximo para além do qual a viagem deixa de ser turística (um ano) e distingue o turista do excursionista (OMT, 2010). Permite também aferir o tempo médio de permanência do turista quando se desloca a Peniche para realizar surf.
- (Q10) Pretende-se aferir alguns comportamentos de viagem dos surfistas, nomeadamente o tipo de alojamento que preferem e que mais é utilizado nas suas deslocações a Peniche para fazer surf. Este dado permite ajustar a oferta

existente no concelho, indo assim ao encontro da procura de alojamento por parte dos turistas de surf.

- (Q11) Principal meio de transporte utilizado na viagem.
- (Q12) Gastos em transportes de ida e volta durante a viagem.
- (Q13) Sendo apenas inquiridos os turistas que vêm a Peniche praticar surf, com esta questão pretendemos aferir os gastos que o turista tem para praticar surf em Peniche, durante a sua estadia.
- (Q14) Estes dados permitem-nos verificar os gastos do turista de surf em diversos produtos ou serviços, excluindo os gastos com a prática de surf, durante a sua estadia em Peniche.
- (Q15) Aferindo o gasto diário do turista de surf durante a sua estadia em Peniche, excluindo viagem e alojamento, verificamos a disponibilidade média diária que o mesmo tem para dispensar em produtos e serviços. Este pode ser um dado importante para o comércio local, no sentido de ajustar a sua oferta de produtos e serviços às pretensões de gastos do consumidor.
- (Q16) O conhecimento das fontes de informação que o turista utilizou para obter informação sobre um determinado destino turístico, neste caso concreto Peniche é, tal como os factores que influenciaram a decisão, uma variável importante em termos de planeamento e marketing turístico e está relacionada quer com as características do turista, quer com as da viagem.
- (Q21) Forma de organização da viagem – pretende averiguar qual a forma de *surf trip* que mais interessa ao turista.

C – POTENCIALIDADES DE PENICHE COMO DESTINO DE SURF

- (Q17) Pretende-se aferir, mediante a atribuição de um índice de importância, quais as principais motivações que influenciaram o turista a escolher Peniche como destino turístico de surf. É uma informação de grande importância para o planeamento e marketing do turismo, dando a conhecer as motivações dos turistas de surf, permitindo que o produto turístico se adeque e vá ao encontro

dessas motivações.

- (Q22) Mediante a atribuição de um índice de importância nesta questão, esta constitui uma importante informação para verificar a opinião dos turistas de surf quanto às necessidades de melhoria para elevar a qualidade de Peniche como destino de surf. Estes dados podem constituir-se fundamentais e úteis para a Autarquia local, comércio e instituições locais.

D – SAZONALIDADE

- (Q18) Esta variável serve para distinguir os turistas que já vieram antes dos que vêm pela primeira vez a Peniche para fazer surf, permitindo não só acompanhar a evolução da percentagem de turistas de surf pela primeira vez no total dos turistas de surf, como detectar eventuais diferenças nas características e motivações dos que vêm pela primeira vez.
- (Q19) Esta questão permite-nos averiguar acerca da sazonalidade na procura do destino Peniche como destino de Surf.
- (Q20) Intenção de voltar a Peniche para praticar surf no futuro.

3.6. Definição do Universo da Investigação e do Processo de Amostragem Utilizado

Para que os resultados obtidos com base na amostra sejam representativos do Universo, é necessário definir correctamente a população-alvo. (Pereira, 2008). Assim, para a realização deste estudo recolheu-se uma amostra da população extraída por meio de um processo de amostragem dirigido ou não aleatório, onde os respondentes foram escolhidos segundo determinado critério de conveniência, a sua disponibilidade imediata e o seu conhecimento sobre o assunto (Pereira, 2008).

Nesse sentido definiu-se que a população-alvo seriam todos aqueles, com idades iguais ou superiores a 16 anos, que se deslocam a Peniche, permanecendo mais de 24 horas, e

que realizem a experiência de surf no concelho, levando-nos também ao conceito de turismo activo que visa a participação em actividades directamente relacionadas com o meio natural, como a canoagem, o montanhismo, o surf, etc.. Optámos por excluir os turistas com idades inferiores a 16 anos por considerarmos a inadequação de várias perguntas incluídas no questionário a esta faixa etária, perguntas essas fundamentais para os nossos objectivos de estudo. É também, normalmente, a partir desta idade que as pessoas se começam a tornar independentes, deslocando-se autonomamente para os destinos turísticos.

Segundo o Anuário Estatístico da Região Centro 2008, do Instituto Nacional de Estatística (2009), Peniche acolheu, durante o ano de 2008, 41.735 hóspedes. No entanto, estes dados apenas abrangem os estabelecimentos classificados no Turismo de Portugal, I. P. (Hotéis, Pensões, hotéis-apartamentos, apartamentos turísticos, aldeamentos turísticos, motéis, pousadas e estalagens). Sabemos, contudo, que uma boa percentagem de turistas que se deslocam a Peniche para praticar surf, viajam e dormem em auto-caravanas, não sendo, de todo, possível de quantificar. Uma grande percentagem fica hospedada em *surfcamps*, não existindo dados estatísticos que exprimam essa percentagem. Também impossível de quantificar são os turistas que ficam hospedados em casas de amigos ou familiares.

Assim, foram aplicados 207 questionários individuais, abrangendo um universo não efectivamente conhecido.

3.7. Recolha da Informação

Os questionários foram aplicados presencialmente pelo investigador aos turistas nas condições acima descritas nas praias do concelho de Peniche mais vocacionadas para a prática de Surf, nomeadamente as Praias de Supertubos, Molhe Leste, Baleal, Lagido e Pico da Mota. Assim, os turistas foram abordados pelo investigador, o qual confirmou previamente os requisitos destes para poderem responder ao questionário (idade igual ou superior a 16 anos, permanência durante mais de 24 horas em Peniche e realização

da experiência de surf no concelho). A aplicação dos questionários foi efectuada durante três semanas, entre os meses de Setembro e Outubro de 2010, em diferentes horários.

3.8. Codificação e Tratamento Preliminar dos Dados Recolhidos

Após a recolha de informação, procedeu-se à verificação dos questionários, de modo a excluir os que apresentassem um elevado número de não respostas. A dimensão válida da amostra final foi assim de 207 casos. De seguida procedeu-se à codificação dos dados. A codificação consiste na atribuição de um número diferente para cada resposta possível a uma mesma pergunta.

3.9. Definição dos Métodos e Técnicas de Análise Quantitativa de Dados

Por último, procedeu-se ao tratamento e análise dos dados propriamente ditos com vista à obtenção de respostas, mediante os objectivos definidos para o presente estudo.

Para a análise dos dados recolhidos através da aplicação dos questionários de pesquisa utilizou-se o *package* estatístico *SPSS for Windows (Statistical Package for Social Sciences)*, versão 19. Existem outros programas que permitem fazer basicamente o mesmo tipo de análises estatísticas, no entanto, este *software* permite-nos uma maior facilidade de manipulação em termos de menus e de apresentação dos resultados das análises.

Nesta investigação, as principais respostas foram apresentadas na forma de quadro ou no formato de gráfico, para a melhor visualização dos resultados. Os gráficos são utilizados para criar um impacte visual dos resultados, sendo cada tipo de gráfico utilizado com um objectivo.



4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A fiabilidade de uma medida refere a capacidade desta ser *consistente*. Se um instrumento de medida dá sempre os mesmos resultados (dados) quando aplicado a alvos estruturalmente iguais, podemos confiar no significado da medida e dizer que a *medida é fiável*. Dizemo-lo porém com maior ou menor grau de certeza porque toda a medida é sujeita a erro. Assim a fiabilidade que podemos observar nos nossos dados é uma estimativa, e não um “dado”.

“Erro” é a *variabilidade* observada no processo de mensuração de um mesmo objecto. Ausência de erro é “consistência”. Consistência é assim o termo fundamental para definir o conceito de *fiabilidade*.

De um modo geral, um instrumento ou teste é classificado como tendo fiabilidade apropriada quando o α é pelo menos 0.70 (Nunnally, 1994).

Para determinar a consistência interna, aplicou-se o teste estatístico alfa de *Cronbach*; obteve-se um valor de $\alpha=0,843$ que corresponde a uma consistência interna considerada boa (Anexo D).

4.1. Caracterização Sócio-Demográfica da Amostra

4.1.1. Género

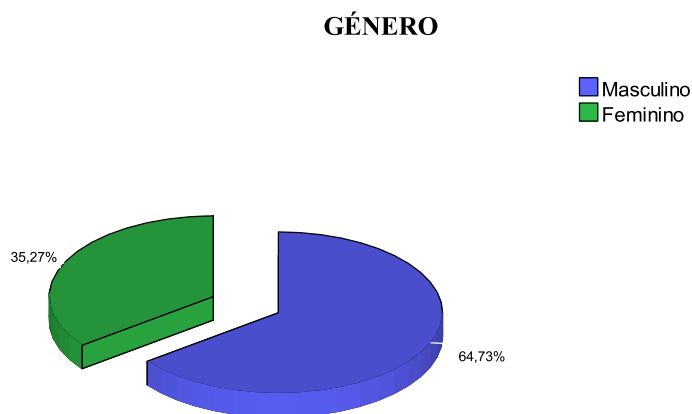


Gráfico 4.01. – Distribuição dos turistas de surf, por género

Obviamente que, para iniciarmos as considerações relativas ao estudo, necessitamos de caracterizar os inquiridos. A amostra foi realizada com 73 pessoas do sexo feminino e 134 do sexo masculino, existindo por isso uma prevalência do sexo masculino, contudo bastante menor ao nosso pensamento inicial, surpreendentemente existem já bastantes mulheres a praticar e a deslocarem-se para a prática de surf.

4.1.2. Idade

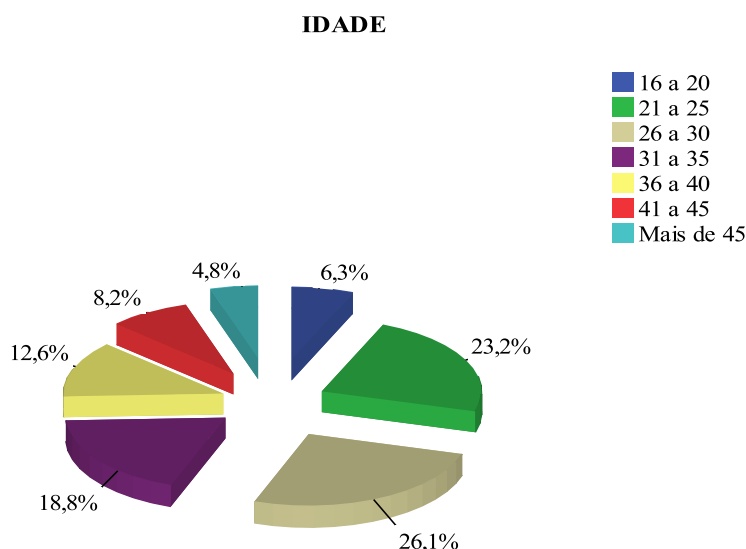


Gráfico 4.0.2. – Distribuição dos turistas de surf, por faixa etária

Verificamos uma concentração de inquiridos mais incidente na faixa etária dos 26 aos 30 anos de idade (26,1%), logo seguido de 23,2% com idades compreendidas entre os 21 e 25 anos. Destacamos ainda que 18,8% dos inquiridos afirmaram possuir idades entre os 31 e os 35 anos. Somando estas três percentagens, verificamos que o resultado coincide com os dados recolhidos em 2009 pelos Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche, anunciados na revisão da literatura efectuada, que referem que a maioria dos inquiridos tem idades compreendidas entre os 19 e os 37 anos. Coincide também com o relatório do inquérito realizado pela Escola Superior de Tecnologia do Mar – Instituto Politécnico de Leiria e a Câmara Municipal de Peniche em 2009, durante o *Rip Curl Pro Search* que demonstra que a média de idade dos inquiridos se situa entre os 17 e os 35 anos de idade.

4.1.3. País de Residência

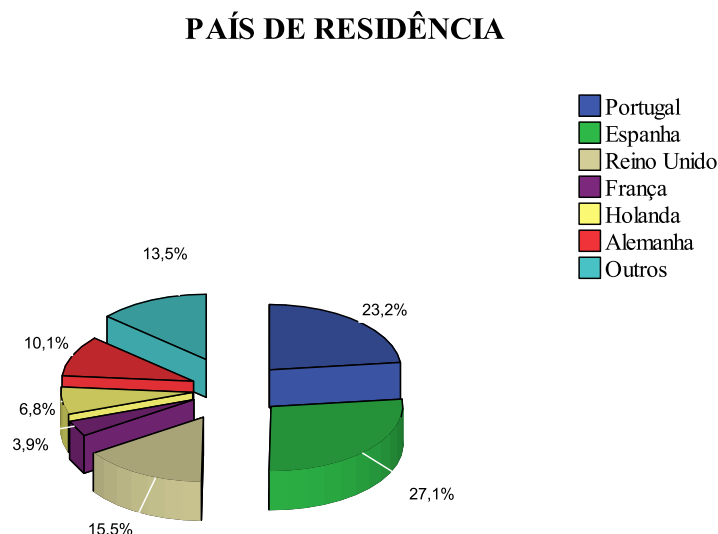
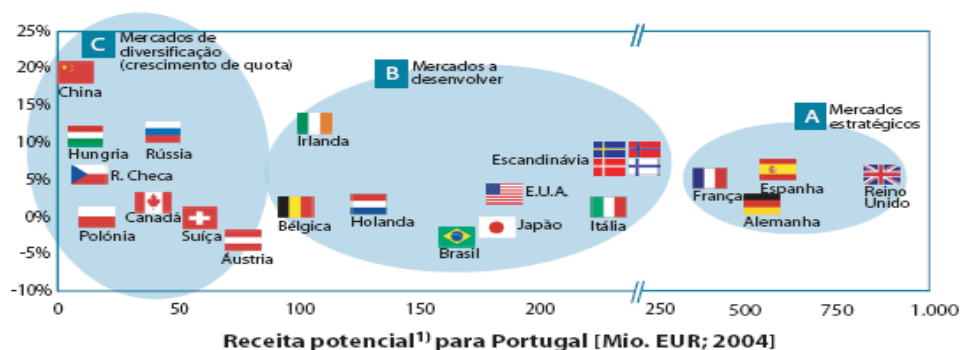


Gráfico 4.03. – Distribuição dos inquiridos, por país de residência

Como podemos verificar no gráfico anterior, a maioria dos inquiridos advêm de Portugal ou de Espanha, sendo que este último país ultrapassou em número de inquiridos o primeiro referenciado com 27,1%. Muito provavelmente este facto deve-se ao fenómeno de proximidade territorial e às boas condições de acesso, especialmente desde a abertura do IP6 em Junho de 2006. Seguem-se os ingleses (15,5%) e os alemães (10,1%). Pela leitura do estudo de diagnóstico realizado pelo PENT (Turismo de Portugal, IP, 2007) podemos observar que os mercados estratégicos de Portugal são efectivamente aqueles que correspondem à maioria das nacionalidades dos nossos inquiridos (Espanha, Reino Unido, França e Alemanha), como observável pelo gráfico seguinte. Assim como do gráfico 2.04. da presente investigação, num estudo realizado pelos serviços de turismo da Câmara Municipal de Peniche, podemos constatar que as 5 nacionalidades que mais visitam o concelho, além de portugueses e espanhóis são também os ingleses e os alemães.

Targeting de mercados internacionais – mercados alvo

> CAGR Outbound total [1999-2004; %]



1) Receita potencial = despesa média por viagem do turista multiplicada pelo nº de hóspedes em Portugal; Despesa média por viagem exclui despesas com transporte para entrada no país

Fonte: OMT; INE

Gráfico 4.04. – Targeting de mercados internacionais – mercados alvo (fonte: Turismo de Portugal, IP, 2007, pp.60)

4.1.4. Habilitações Literárias

HABILITAÇÕES LITERÁRIAS

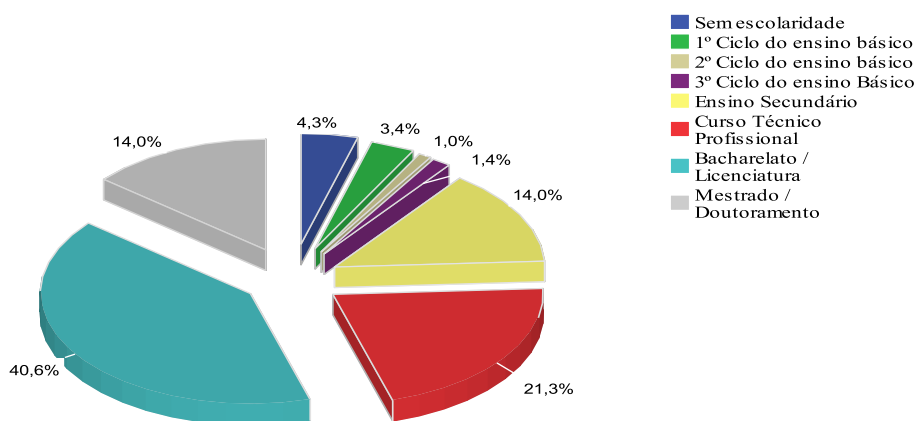


Gráfico 4.05. – Distribuição dos inquiridos, por habilitações literárias

No que se relaciona com as habilitações literárias ou grau de instrução, podemos perspetivar que 40,6% da amostra possui o bacharelato ou a licenciatura. Podemos presenciar também que os cursos técnicos se apresentam com a segunda maior percentagem (21,3%). 54,6% da amostra efectivamente apresenta um grau de estudos a nível superior.

4.1.5. Situação Profissional

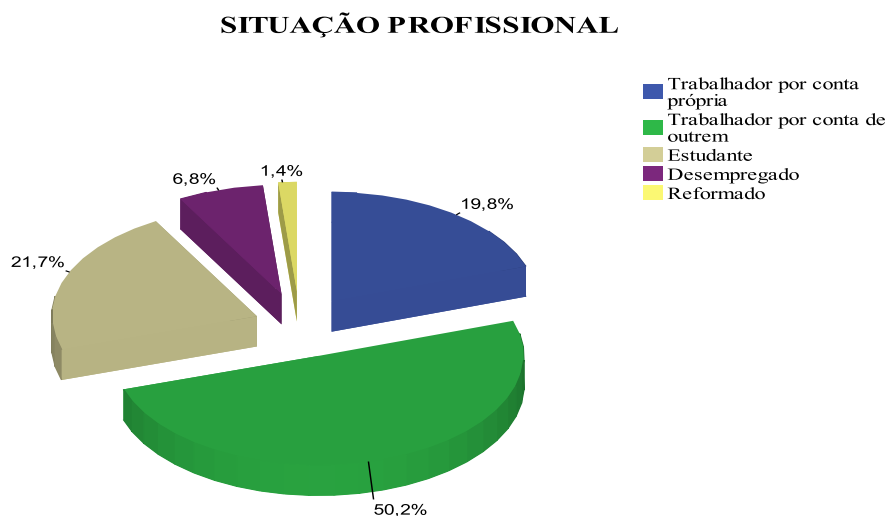


Gráfico 4.06. – Situação profissional dos turistas de surf inquiridos

Consideramos, pelo estudo efectuado, que cerca de metade dos inquiridos, relativamente à sua situação profissional, são trabalhadores por conta de outrem, o que poderá ter alguns reflexos na questão da sazonalidade, pois estes estão sujeitos ao período de férias autorizado pelas entidades patronais que, normalmente, se verifica na época de Verão. De reflectir que 21,7% são estudantes e, curiosamente 1,4% está já na situação de reforma, o que demonstra que o surf é uma modalidade que pode ser praticada em qualquer idade.

4.1.6. Rendimento Médio Mensal Líquido

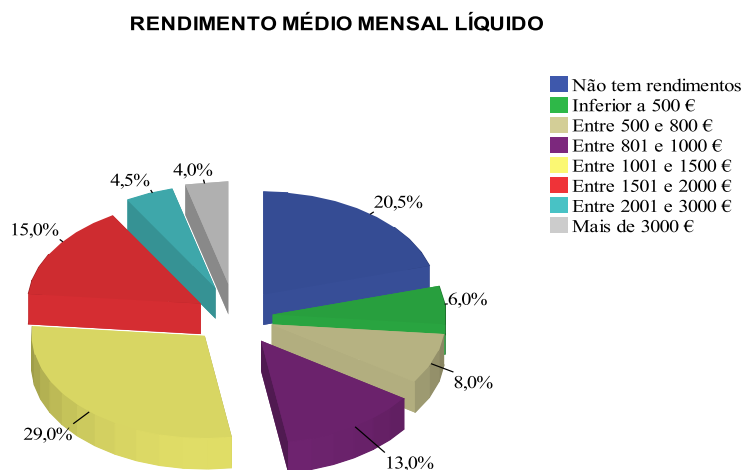


Gráfico 4.07. – Distribuição dos inquiridos, por intervalo de rendimento médio mensal líquido

Aproximadamente 30% da amostra inquirida apresenta rendimentos entre o intervalo de 1.001 € a 1.500 €, o que parece coincidir, de certa forma, com a de pessoas com habilitações ao nível do bacharelato/licenciatura (vide gráfico 4.05.), que normalmente, auferem salários dentro deste intervalo. O facto de 20,5% não anunciar rendimentos pode justificar-se pelo número elevado de estudantes (21,7%, vide gráfico 4.06.) e pela percentagem de inquiridos entre os 16 e os 20 anos.

4.2. Caracterização do Impacto Económico na Economia Local

4.2.1. Companhia de Viagem



Gráfico 4.08. – Companhia de viagem

Tal como já havia sido constatado por Dolnicar e Flucker (2003), nas *surf trips* realizadas pelos surfistas, a grande maioria viaja acompanhada. Da mesma forma, nesta amostra, apenas 15,5% dos inquiridos afirma que está a passar férias em Peniche sozinho e 84,5% refere que está a passar férias acompanhado. Destes, mais de metade (51,9%) afirma que viaja com amigos e 32,5% declara que está a passar férias com a família.

Férias com a família – nº de acompanhantes

Nº Acompanhantes	N	(%)
1	24	36,4%
2	26	39,4%
3	13	19,7%
4	3	4,5%
Total	66	100%

Quadro 4.01. – Férias com a família – nº de acompanhantes

Relativamente aos inquiridos que afirmaram passar férias com a família, podemos verificar que a maioria (39,4%) referiu estar acompanhado por duas pessoas, enquanto 36,4% referiram fazer-se acompanhar por uma pessoa. Em menor percentagem, 19,7% dos inquiridos estão acompanhados por três pessoas e apenas 4,5% estão a passar férias em Peniche com 4 familiares.

Férias com amigos – nº de acompanhantes

Nº Acompanhantes	N	(%)
1	21	20,2%
2	21	20,2%
3	28	27,0%
4	16	15,4%
5	8	7,6%
7	10	9,6%
Total	104	100,0%

Quadro 4.02. – Férias com amigos – nº de acompanhantes

Dos inquiridos que responderam estar a passar férias com amigos, verificamos uma distribuição um pouco mais homogênea sendo, contudo, que a maioria dos respondentes afirmaram estar acompanhados por três amigos (27%). Constatamos também que 32,6% dos inquiridos se fazem acompanhar por 4 ou mais amigos, sendo este um importante indicador no sentido de adequar a oferta existente às pretensões e características dos que visitam o concelho. Na mesma percentagem, 20,2% dos inquiridos responderam estar acompanhados com uma e duas pessoas.

4.2.2. Tempo de Permanência

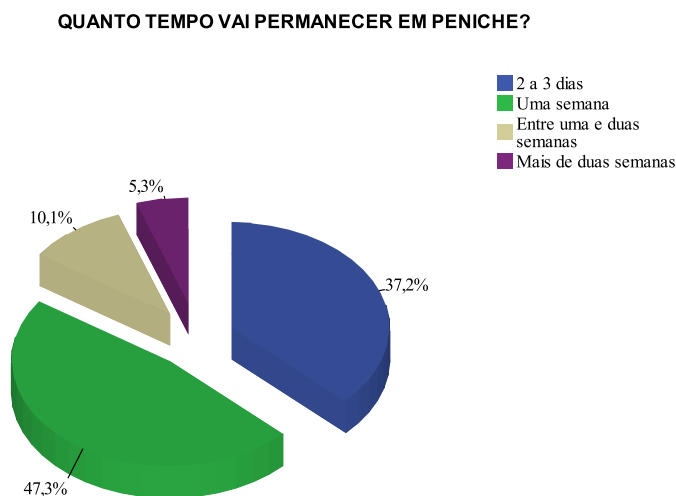


Gráfico 4.09. – Distribuição dos inquiridos, por tempo de permanência

Mediante as respostas analisadas, a maioria dos inquiridos (47,3%) afirma que passou uma semana em Peniche, juntando os que passaram mais de uma semana, obtemos um valor extremamente positivo para o desenvolvimento da economia local perante o consumo de bens, turísticos ou não. Com 37,2% temos um período de estada média de 2 a 3 dias, que coincidirá, provavelmente, com os fins-de-semana.

4.2.3. Tipo de Alojamento Utilizado

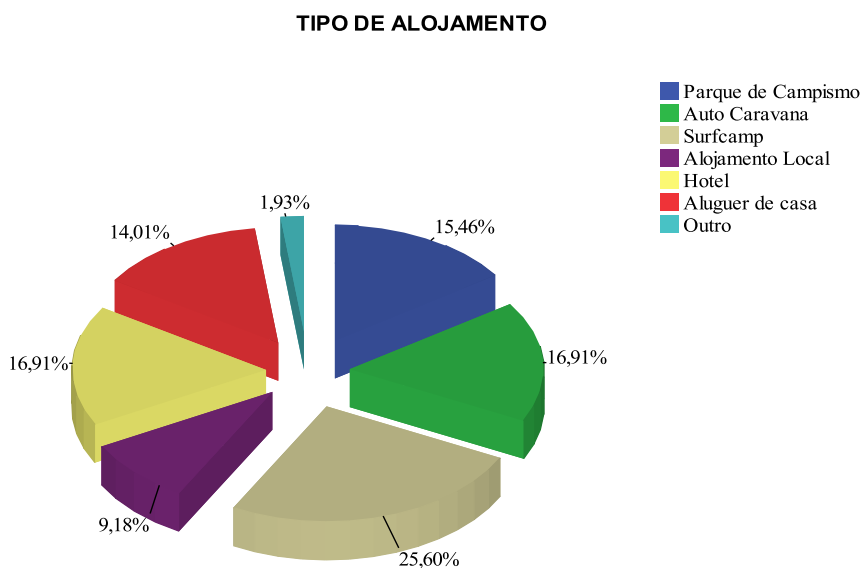


Gráfico 4.10 – Distribuição dos inquiridos, por tipo de alojamento utilizado

As tipologias de alojamento disponíveis no destino Peniche são consideravelmente diversas. Os *Surfcamps* contemplam as preferências dos turistas de surf com 25,60%, seguidamente de auto caravana (16,91%), transporte que, pelo idílico, associamos automaticamente aos surfistas; aparece com a mesma percentagem que a escolha pelo hotel, o que nos faz afirmar que a perspectiva que o senso comum tem a cerca da tipologia de alojamento dos surfistas não se apresenta assim tão correcta. 23,8% recorre ao aluguer de casa ou as diversas formas de alojamento local, sendo que estes fenómenos beneficiam a economia local.

4.2.4. Principal Meio de Transporte Utilizado na Viagem

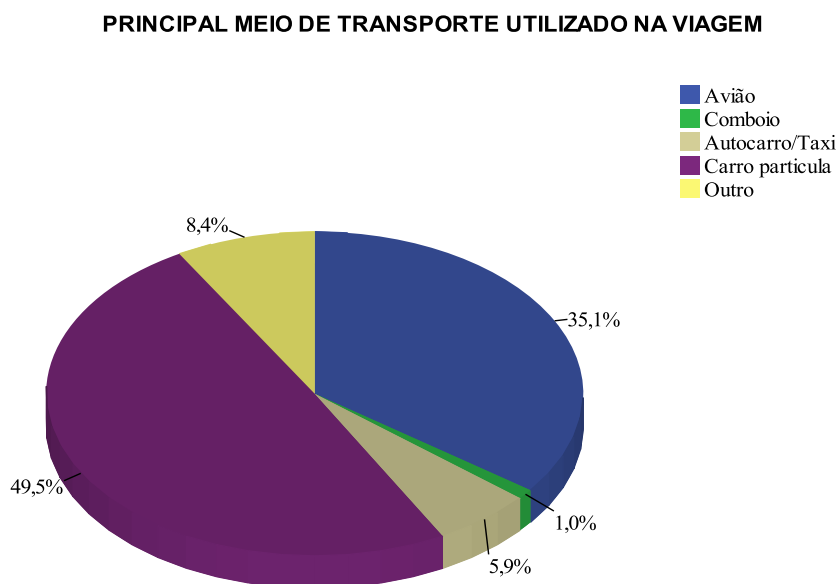


Gráfico 4.11 – Principal meio de transporte utilizado pelos inquiridos durante a sua viagem

As duas principais formas de deslocação são o carro particular (49,5%) e o avião (35,1%). Consideravelmente o automóvel apresenta-se como meio de transporte favorito, não só pelas fáceis acessibilidades mas também pelo facto de a maioria dos inquiridos serem ou portugueses ou espanhóis. Vejamos, de Peniche a Madrid com uma distância de 670km estima-se um tempo de 7 horas de viagem (segundo o site do *viamichelin*).

4.2.5. Gastos em Transportes de Ida e Volta

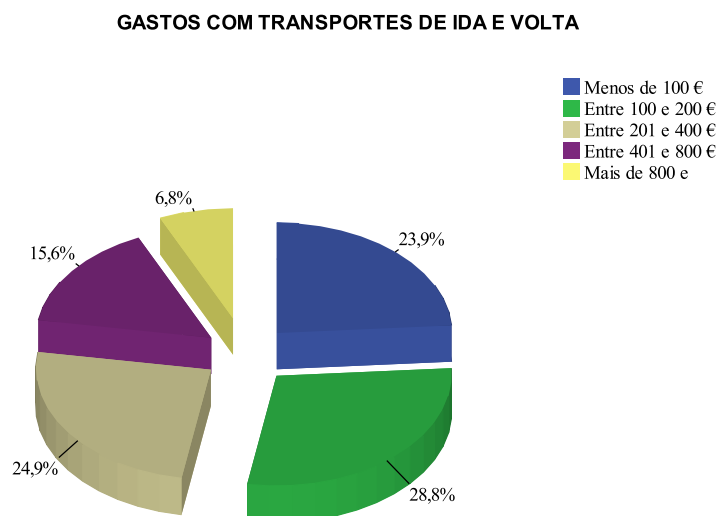


Gráfico 4.12 – Distribuição dos gastos dos inquiridos em transportes de ida e volta

A maioria afirma que os seus gastos se situam entre os 100 € e os 200 € para realizarem a sua deslocação (28,8%). Contudo, com valores muito aproximados observamos os intervalos de 201€ a 400€ (24,9%) e menos de 100€ (23,9%). Este último caso é facilmente explicável devido à percentagem de portugueses inseridos na amostra.

4.2.6. Gastos com a Prática de Surf

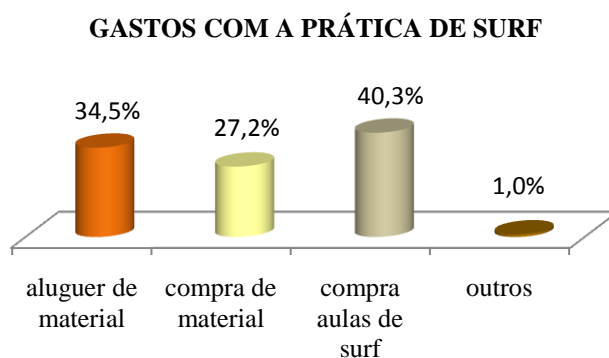


Gráfico 4.13. – Gastos dos inquiridos com a prática de Surf durante a sua estada em Peniche

Relativamente aos dados recolhidos na questão nº 13, verificamos que a maior percentagem de gastos com a prática de surf que os inquiridos afirmaram ter é com a

compra de aulas de surf (40,3%). Relacionado com este dado poderá estar o aumento exponencial do número de escolas de surf que têm proliferado em Peniche. 34,5% dos inquiridos afirmaram ter tido gastos com o aluguer de material e 27,2% com a compra de material. Estes dados poderão estar intimamente relacionados, pois a compra de aulas de surf pressupõe, muitas vezes, o aluguer ou a compra de material para a prática. Por outro lado, o aluguer e a compra de material poderão estar também ligados com os turistas que viajaram de avião, pois os custos de trazer o seu próprio material para praticar surf são, muitas vezes, superiores ao aluguer ou à compra no destino.

No entanto, conforme podemos constatar nos quadros seguintes (Quadro 4.03., 4.04., 4.05. e 4.06), do total de inquiridos que responderam a esta questão, nas diversas opções de gastos, a maioria afirmou que não teve qualquer gasto com a prática de surf em Peniche, o que nos leva a reflectir acerca das estratégias da oferta local existente para este sector.

GASTOS COM ALUGUER DE MATERIAL

Intervalo	N	(%)
0 €	135	65,5%
menos de 50 €	26	12,6%
entre 51 € e 100 €	41	19,9%
entre 101 € e 200 €	2	1,0%
entre 201 e 400 €	1	0,5%
mais de 400 €	1	0,5%
Total	206	100,0%

Quadro 4.03. – Gastos em aluguer de material**GASTOS COM COMPRA DE MATERIAL**

Intervalo	N	(%)
0 €	150	72,8%
menos de 50 €	34	16,5%
entre 51 € e 100 €	9	4,4%
entre 101 € e 200 €	6	2,9%
entre 201 e 400 €	7	3,4%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	206	100,0%

Quadro 4.04. – Gastos na compra de material**GASTOS COM COMPRA DE AULAS DE SURF**

Intervalo	N	(%)
0 €	123	59,7%
menos de 50 €	26	12,6%
entre 51 € e 100 €	46	22,3%
entre 101 € e 200 €	9	4,4%
entre 201 e 400 €	2	1,0%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	206	100,0%

Quadro 4.05. – Gastos na compra de aulas de surf**GASTOS COM OUTROS**

Intervalo	N	(%)
0 €	204	99,0%
menos de 50 €	2	1,0%
entre 51 € e 100 €	0	0,0%
entre 101 € e 200 €	0	0,0%
entre 201 e 400 €	0	0,0%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	206	100,0%

Quadro 4.06. – Gastos com outros

Analisando mais especificamente os gastos dos inquiridos com a prática de surf verificamos que, relativamente aos gastos com o aluguer de material (Quadro 4.03.), 65,5% afirmaram não ter gasto dinheiro. Por sua vez, dos que gastaram dinheiro, a maior percentagem (19,9%) situa-se entre os 51 € e os 100 €.

Já no que diz respeito à compra de material (Quadro 4.04.), a percentagem de inquiridos que não teve gastos é ainda maior, 72,8%. Dos 27,2% de inquiridos que gastaram dinheiro, 16,5% gastou menos de 50 €.

No Quadro 4.05. podemos constatar que 59,7% dos inquiridos não gastou dinheiro na compra de aulas de surf, o que nos leva a pressupor que estes são turistas que praticam surf de forma independente. Dos turistas inquiridos que gastaram dinheiro, 22,3% gastaram entre 51 € e 100 €, o que nos leva a considerar que poderão ter comprado pacotes de aulas numa escola de surf. Normalmente, o valor da compra de pacotes de 10 aulas de surf em escolas de surf do concelho situa-se dentro deste intervalo.

4.2.7. Gastos com Outros Serviços ou Produtos

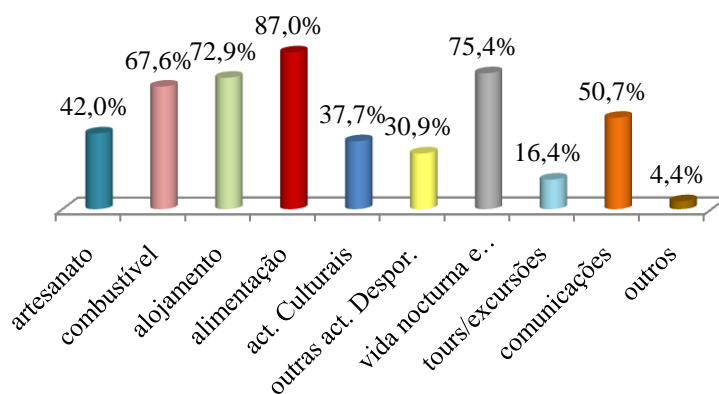


Gráfico 4.14. – Gastos com outros serviços ou produtos durante a estada em Peniche.

Constatamos, com os dados obtidos na questão nº 14 do questionário aplicado, que os gastos dos turistas inquiridos que vieram a Peniche praticar surf em outros serviços ou produtos foram diversos. Salientamos que a alimentação (87%), a vida nocturna e entretenimento, o alojamento e o combustível foram os itens onde mais inquiridos gastaram dinheiro durante a sua estadia.

GASTOS COM ARTESANATO		
Intervalo	N	(%)
0 €	120	58,0%
menos de 50 €	69	33,3%
entre 51 € e 100 €	18	8,7%
entre 101 € e 200 €	0	0,0%
entre 201 e 300 €	0	0,0%
entre 301 € e 400 €	0	0,0%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	207	100,0%

Quadro 4.07. – Gastos com outros serviços ou produtos - artesanato

Relativamente ao artesanato, a maioria dos inquiridos (58%) afirmou não ter gasto dinheiro. No entanto, 33,3% gastaram menos de 50 € e 8,7% gastaram entre 51 € e 100 €, o que nos faz pensar que existe algum interesse pelo artesanato local, seja pela sua qualidade e atractividade ou simplesmente por levar uma lembrança de Peniche.

GASTOS COM COMBUSTÍVEL		
Intervalo	N	(%)
0 €	67	32,4%
menos de 50 €	65	31,3%
entre 51 € e 100 €	50	24,2%
entre 101 € e 200 €	16	7,7%
entre 201 e 300 €	6	2,9%
entre 301 € e 400 €	2	1,0%
mais de 400 €	1	0,5%
Total	207	100,0%

Quadro 4.08. – Gastos com outros serviços ou produtos - combustível

No que diz respeito aos gastos com combustíveis, 32,4% dos inquiridos responderam não ter gasto dinheiro com combustível, possivelmente a sua maioria terá sido os turistas que utilizaram o avião como principal meio de transporte. Coincidente com o principal meio de transporte utilizado são os gastos de 67,6% dos turistas inquiridos, que serão os que utilizaram viatura própria. 31,3% gastaram menos de 50 € e 24,2% gastaram entre 51 € e 100 €.

GASTOS COM ALOJAMENTO		
Intervalo	N	(%)
0 €	56	27,1%
menos de 50 €	23	11,1%
entre 51 € e 100 €	45	21,7%
entre 101 € e 200 €	42	20,3%
entre 201 e 300 €	21	10,1%
entre 301 € e 400 €	14	6,8%
mais de 400 €	6	2,9%
Total	207	100,0%

Quadro 4.09. – Gastos com outros serviços ou produtos - alojamento

27,1% dos inquiridos afirmaram não terem tido gastos com o alojamento, possivelmente os que elegeram a auto-caravana e outro. A maior tendência de gastos com alojamento situa-se entre os 51 € e os 200 €.

GASTOS COM ALIMENTAÇÃO		
Intervalo	N	(%)
0 €	27	13,0%
menos de 50 €	35	16,8%
entre 51 € e 100 €	87	42,1%
entre 101 € e 200 €	49	23,7%
entre 201 e 300 €	7	3,4%
entre 301 € e 400 €	1	0,5%
mais de 400 €	1	0,5%
Total	207	100,0%

Quadro 4.10. – Gastos com outros serviços ou produtos - alimentação

Relativamente à alimentação, poucos foram os que não tiveram gastos, apenas 13%. A maioria dos inquiridos gastou entre 51 € e 100 € (42,1%). Constatamos assim que este é o item onde menos turistas se preocupam em não gastar dinheiro.

GASTOS COM ACTIVIDADES CULTURAIS		
Intervalo	N	(%)
0 €	129	62,3%
menos de 50 €	49	23,7%
entre 51 € e 100 €	27	13,0%
entre 101 € e 200 €	2	1,0%
entre 201 e 300 €	0	0,0%
entre 301 € e 400 €	0	0,0%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	207	100,0%

Quadro 4.11. – Gastos com outros serviços ou produtos – actividades culturais

Não se verificou uma tendência pelas actividades culturais por parte dos turistas de surf inquiridos. Apenas 37,7% tiveram gastos com este tipo de actividades e destes, 23,7% gastaram menos de 50 €.

GASTOS COM OUTRAS ACTIVIDADES DESPORTIVAS		
Intervalo	N	(%)
0 €	143	69,1%
menos de 50 €	45	21,7%
entre 51 € e 100 €	16	7,7%
entre 101 € e 200 €	2	1,0%
entre 201 e 300 €	0	0,0%
entre 301 € e 400 €	1	0,5%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	207	100,0%

Quadro 4.12. – Gastos com outros serviços ou produtos – outras actividades desportivas

Outras actividades desportivas também não foi um produto muito procurado pelos inquiridos. Dos que realizaram este tipo de actividades, a sua maioria gastou menos de 50 € (21,7%).

**GASTOS COM VIDA NOCTURNA E
ENTRETENIMENTO**

Intervalo	N	(%)
0 €	51	24,6%
menos de 50 €	59	28,5%
entre 51 € e 100 €	66	31,9%
entre 101 € e 200 €	20	9,7%
entre 201 e 300 €	6	2,9%
entre 301 € e 400 €	3	1,4%
mais de 400 €	2	1,0%
Total	207	100,0%

Quadro 4.13. – Gastos com outros serviços ou produtos – vida nocturna e entretenimento

Verificámos uma predisposição em gastar dinheiro com a vida nocturna e entretenimento. 31,9% tiveram gastos entre 51 € e 100 €.

GASTOS COM TOURS/EXCURSÕES

Intervalo	N	(%)
0 €	173	83,6%
menos de 50 €	28	13,5%
entre 51 € e 100 €	5	2,4%
entre 101 € e 200 €	1	0,5%
entre 201 e 300 €	0	0,0%
entre 301 € e 400 €	0	0,0%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	207	100,0%

Quadro 4.14. – Gastos com outros serviços ou produtos – Tours/excursões

Tours/excursões foi o item onde menos turistas gastaram dinheiro durante a sua estadia. Apenas 13,5% gastaram menos de 50 €, sendo que 83,6% dos inquiridos não tiveram qualquer gasto.

GASTOS COM COMUNICAÇÕES		
Intervalo	N	(%)
0 €	102	49,3%
menos de 50 €	88	42,5%
entre 51 € e 100 €	16	7,7%
entre 101 € e 200 €	1	0,5%
entre 201 e 300 €	0	0,0%
entre 301 € e 400 €	0	0,0%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	207	100,0%

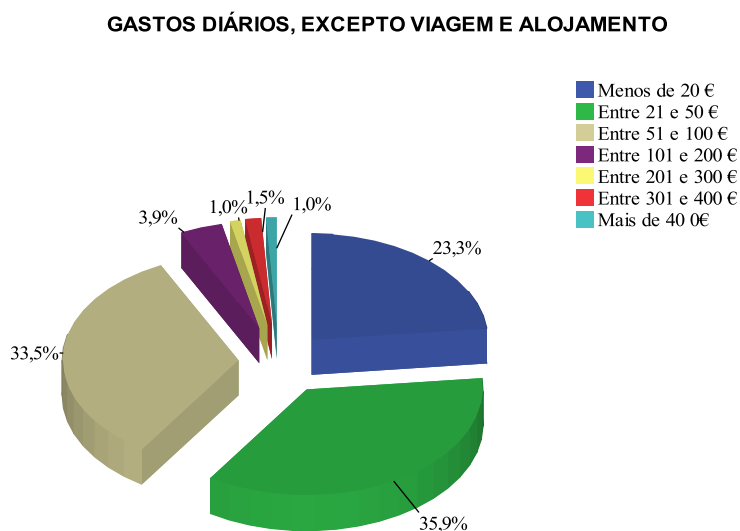
Quadro 4.15 – Gastos com outros serviços ou produtos - comunicações

No que respeita aos gastos com comunicações, 50,7% dos turistas de surf inquiridos afirmaram ter tido gastos, ainda que a sua maioria (42,5%) gastaram menos de 50 €.

GASTOS COM OUTROS		
Intervalo	N	(%)
0 €	198	95,6%
menos de 50 €	7	3,4%
entre 51 € e 100 €	1	0,5%
entre 101 € e 200 €	1	0,5%
entre 201 e 300 €	0	0,0%
entre 301 € e 400 €	0	0,0%
mais de 400 €	0	0,0%
Total	207	100,0%

Quadro 4.16 – Gastos com outros serviços ou produtos - outros

4.2.8. Gastos Diários, Excluindo Viagem e Alojamento

**Gráfico 4.15.** – Distribuição dos gastos diários, excepto viagem e alojamento

Tipicamente, o turista de surf considera razoável gastar entre 21 € e 50 € por dia, durante a sua estadia em Peniche. No entanto, existe também uma grande percentagem de turistas de surf (33,5%) dispostos a gastar um pouco mais, entre 51 € e 100 €.

Embora excluindo gastos com viagem e alojamento, estes valores parecem corroborar a estimativa proposta por Gamito (2008), que refere que, em média, os surfistas gastam cerca de 80 € por dia.

4.2.9. Fonte de Informação de Peniche como Destino de Surf

COMO TEVE CONHECIMENTO DE PENICHE COMO DESTINO DE SURF?

		N	(%)
Amigos/Familiares	Sim	98	47,34%
	Não	109	52,66%
Internet	Sim	83	40,10%
	Não	124	59,90%
Rádio	Sim	3	1,45%
	Não	204	98,55%
T.V.	Sim	8	3,86%
	Não	199	96,14%
Brochura Publicitária	Sim	18	8,70%
	Não	189	91,30%
Agência de Viagens	Sim	12	5,80%
	Não	195	94,20%

Quadro 4.17. – Fonte de informação de Peniche como destino de surf

Podemos observar que os principais meios de informação se referem ao designado como o “passa palavra” por amigos e familiares com 47,34% e a internet com 40,10%. Este último facto além de se dever ao fenómeno da globalização, deve estar correlacionado com o apresentado anteriormente na revisão da literatura no Gráfico 2.05., onde através do *Google Trends* foi possível analisar que Peniche é um dos destinos mais procurados pelos internautas a nível europeu, apenas antecedido por Hossegor.

4.2.10. Forma de Organização da Viagem

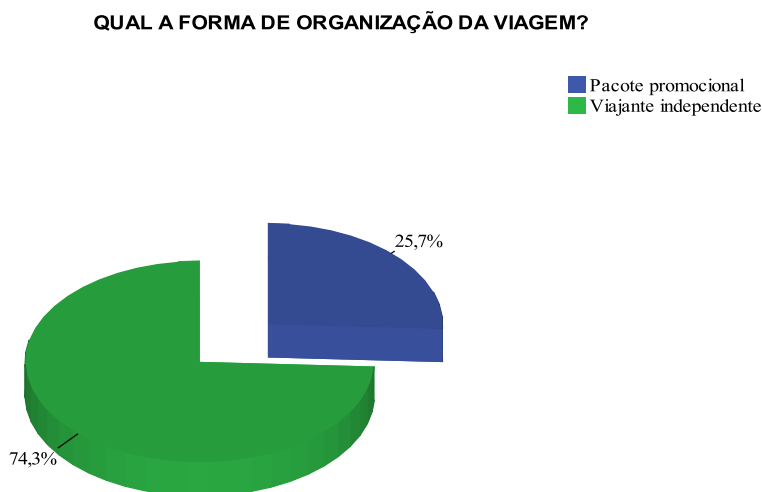


Gráfico 4.16. – Forma de organização da viagem

74,3% apresentam-se como viajantes independentes, que se podem caracterizar como os que “ (...)são tipicamente definidos como aqueles que providenciam o seu próprio transporte e meio de hospedagem, ao invés de comprar um pacote de um operador turístico”(Morrison.; Hsieh & O’Leary, 1993) ou “aqueles que entram em relações contratuais directamente com os fornecedores de componentes de serviços turísticos.” (World Tourism Organization, 1991). Deste modo poderemos referir que esta forma de organização da viagem se apresenta como bastante positiva para a economia local, sendo que as negociações realizadas, entre os turistas e os operadores constituintes do produto turístico do destino são directas, não existindo intermediários.

4.3. Potencialidades de Peniche como Destino de Surf

Procurou conhecer-se com maior profundidade a importância que os turistas de surf inquiridos dão às diversas variáveis introduzidas para avaliar as principais motivações na escolha de Peniche como destino de surf. Foi utilizada uma escala de *Likert* de 4 pontos, que variava entre nada importante (1) e extremamente importante (4).

4.3.1. Principais Motivações na Escolha de Peniche com Destino de Surf

Quais as principais motivações que o/a levaram a escolher Peniche como destino de Surf?				
	Nada importante (1)	Pouco importante (2)	Muito importante (3)	Extremamente importante (4)
Ausência de "crowd"	14,5%	19,3%	31,4%	34,8%
Segurança da região	9,7%	9,7%	44,0%	36,6%
Clima	8,7%	14,0%	44,4%	32,9%
Praias / Mar	3,4%	2,4%	38,6%	55,6%
Condições de segurança das praias	7,3%	10,6%	41,5%	40,6%
Atracções culturais	22,7%	23,2%	32,4%	21,7%
Qualidade do alojamento	18,4%	18,8%	38,2%	24,6%
Facilidade de acesso às praias	9,2%	14,5%	45,9%	30,4%
Existência de actividades alternativas	20,8%	17,4%	35,7%	26,1%
Oportunidade para melhorar o nível de surf	8,7%	3,4%	43,0%	44,9%
Vida nocturna e entretenimento	13,0%	17,4%	45,9%	23,7%
Relação preço-qualidade do serviço de hotelaria	24,2%	16,4%	34,3%	25,1%
Gastronomia tradicional	16,9%	24,2%	32,8%	26,1%
Beleza / paisagem	9,7%	12,1%	45,3%	32,9%
Qualidade das ondas	6,8%	1,4%	33,8%	58,0%
Existência de escolas de surf	17,4%	22,2%	27,5%	32,9%
Várias praias possíveis para praticar surf	11,1%	3,4%	32,8%	52,7%

Quadro 4.18. – Distribuição das principais motivações dos inquiridos na escolha de Peniche como destino de surf

Das principais motivações que levaram os turistas a escolher Peniche como destino de surf, constatamos que a qualidade das ondas foi a motivação que mais respondentes consideraram extremamente importante na escolha do destino (58%). As praias/mar (55,6%) e a existência de várias praias possíveis para praticar surf (52,7%) foram outros factores considerados extremamente importantes aquando da tomada de decisão acerca do destino. As motivações que não tiveram qualquer influência na escolha do destino para a maioria dos inquiridos foram a relação preço-qualidade do serviço de hotelaria (24,2%), atracções culturais (22,7%) e a existência de actividades alternativas (20,8%).

Se considerarmos uma conotação positiva e negativa, relativamente às principais motivações que levaram o turista a escolher Peniche como destino de surf, verificamos

que as praias/mar (94,2%), a qualidade das ondas (91,8%) e a oportunidade para melhorar o nível de surf (87,9%) foram os factores que mais inquiridos consideraram como muito importante ou extremamente importante para optar por Peniche como destino de surf. Os factores considerados pouco importantes ou nada importantes foram as atracções culturais (45,9%), a gastronomia tradicional (41,1%) e a relação preço-qualidade do serviço de hotelaria (40,6%).

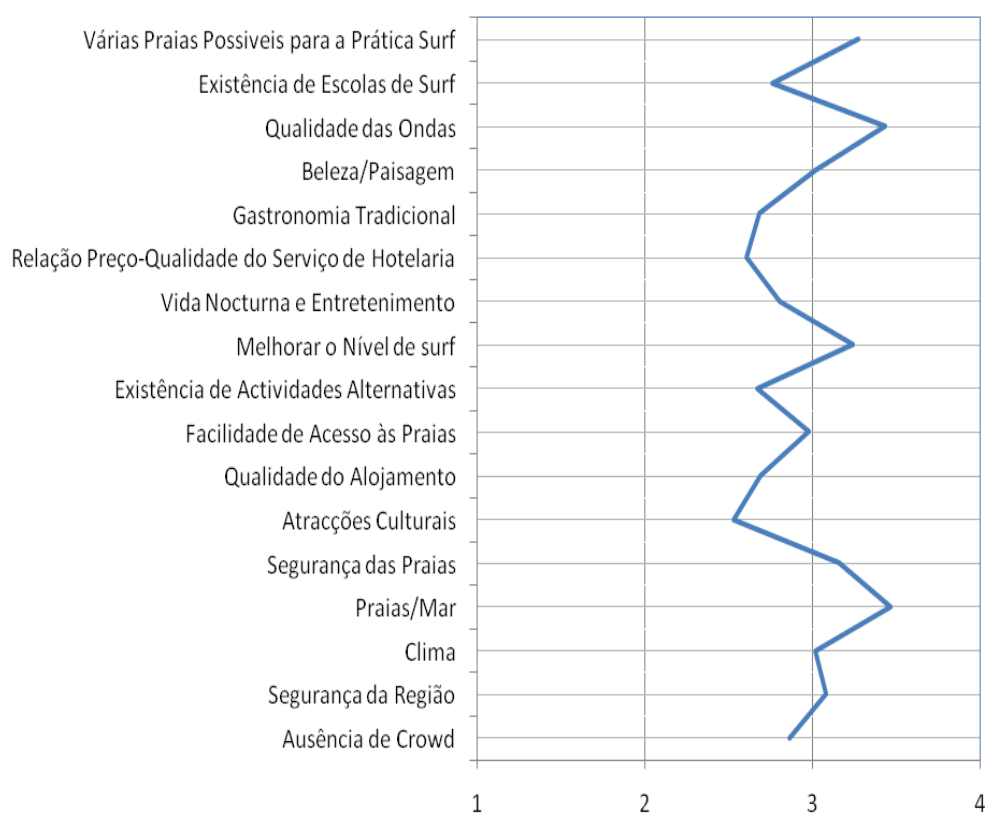


Gráfico 4.17. – Perfil de médias das variáveis que influenciaram a escolha do destino

Também se efectuou um gráfico de perfil de médias (gráfico 4.17), tendo-se verificado que a maioria das respostas está localizada mais próxima do “muito importante”, no valor 3 da escala de Likert. No entanto, existem algumas variações tendenciais para o valor 2 (pouco importante) e outras para o valor 4 (extremamente importante).

4.3.2. Melhorar a Qualidade de Peniche como Destino de Surf

Para melhorar a qualidade de Peniche como destino de Surf, julga importante:				
	Nada importante (1)	Pouco importante (2)	Muito importante (3)	Extremamente importante (4)
Melhores condições de segurança dos locais de prática de surf	9,2%	12,6%	50,5%	27,7%
Facilidade de acesso às praias	7,7%	11,7%	54,4%	26,2%
Limpeza das praias	4,9%	9,2%	50,0%	35,9%
Melhor sinalização de acesso às praias	7,3%	16,5%	53,4%	22,8%
Existência de balneários / WC's nas praias	2,9%	16,5%	38,3%	42,3%
Existência de actividades alternativas	11,2%	29,5%	34,5%	24,8%
Melhor vida nocturna e entretenimento	11,7%	22,3%	42,7%	23,3%
Existência de dispositivos para guardar valores dos praticantes	9,2%	15,0%	35,9%	39,9%
Melhores opções de alimentação	11,2%	27,7%	37,9%	23,3%
Variedade de comércio local relativo à indústria de surf	8,3%	22,3%	48,5%	20,9%
Aumentar o estacionamento disponível nas zonas de prática de surf	11,2%	16,0%	44,2%	28,6%
Vigilância das praias	4,9%	15,5%	43,7%	35,9%
Existência de informação sobre os locais de prática de surf	1,9%	10,7%	51,0%	36,4%
Existência de informação sobre o estado do mar	5,3%	11,2%	48,1%	35,4%
Outra. Qual? _____	99,5%	0,0%	0,0%	0,5%

Quadro 4.19. – Necessidades de melhoria para aumentar a qualidade de Peniche como destino de surf

No que respeita à análise do Quadro 4.19., destacamos a existência de balneários/WC's nas praias, a existência de dispositivos para guardar valores dos praticantes e a existência de informação sobre os locais de prática de surf como os factores que mais inquiridos consideraram de extrema importância para melhorar a qualidade de Peniche como destino de surf. Por outro lado, os factores que mais inquiridos consideraram não ter importância nenhuma para melhorar Peniche como destino de surf foram: melhor vida nocturna e entretenimento (11,7%) e existência de actividades alternativas, melhores opções de alimentação e aumentar o estacionamento disponível nas zonas de prática de surf (11,2%).

Considerando uma conotação positiva e negativa, relativamente ao grau de importância dos factores para a melhoria da qualidade de Peniche como destino de surf, verificamos que a existência de informação sobre os locais de prática de surf (87,4%), a limpeza das praias (85,9%) e a existência de informação sobre o estado do mar (83,5%) foram os factores que mais inquiridos consideraram como muito importante ou extremamente importante para melhorar a qualidade de Peniche como destino de surf. Os factores considerados pouco importantes ou nada importantes foram a existência de actividades alternativas (40,7%), melhores opções de alimentação (38,9%) e melhor vida nocturna e entretenimento (34%).

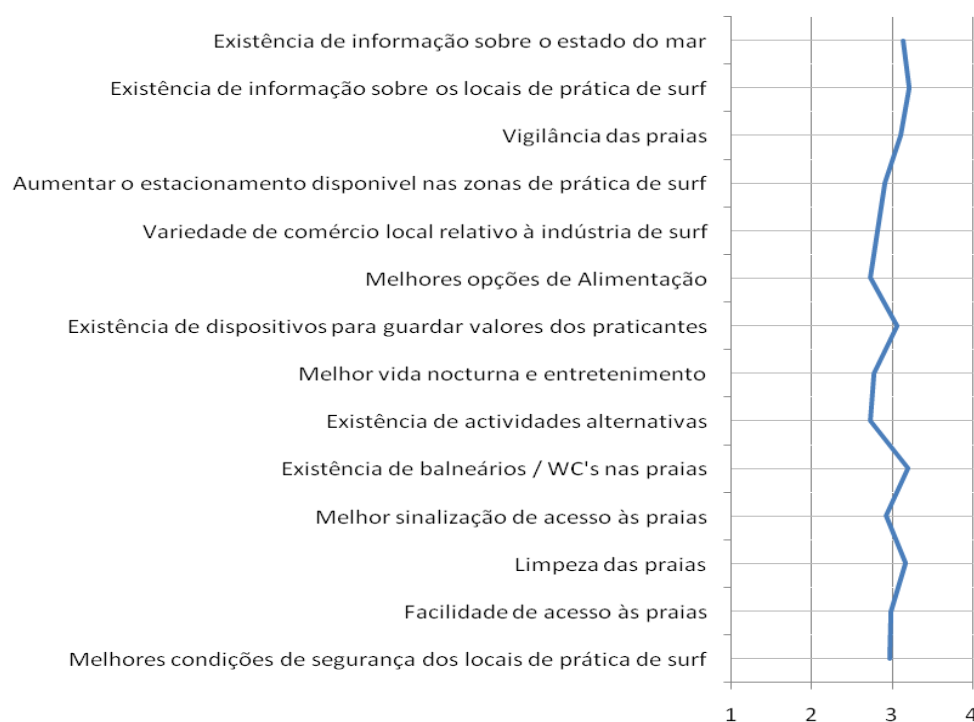


Gráfico 4.18. – Perfil de médias das necessidades de melhoria

O gráfico 4.18. demonstra o perfil de médias das respostas dos inquiridos quanto às variáveis que julgam mais importantes para melhorar a qualidade de Peniche como destino de surf, tendo-se verificado que praticamente todas as respostas estão localizadas junto ao valor 3 da escala de Likert, que corresponde ao grau de importância “muito importante”. Apenas algumas variáveis se dispersam um pouco para o valor 2 (pouco importante) e outras para o valor 4 (extremamente importante), ainda que tenuemente.

4.4. Sazonalidade

4.4.1. Visitas Anteriores a Peniche para Praticar Surf

JÁ VISITOU ANTERIORMENTE PENICHE PARA PRATICAR SURF?

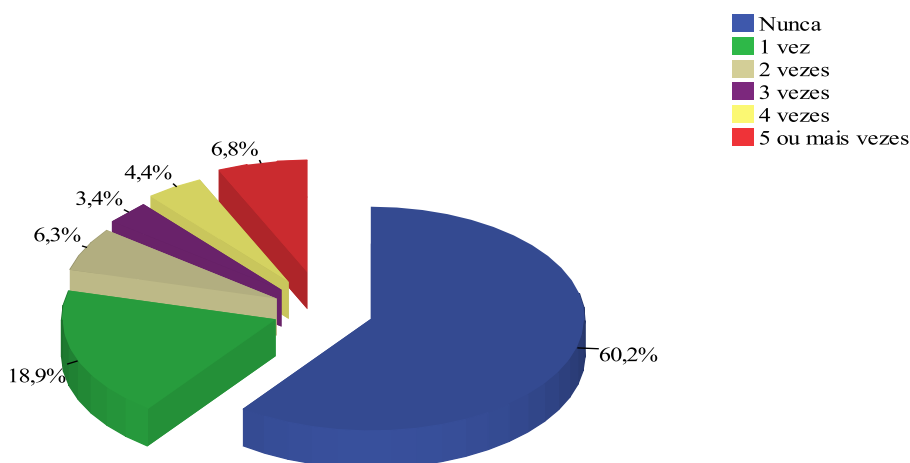


Gráfico 4.19. – Já visitou anteriormente Peniche para praticar surf?

Da análise deste gráfico constatamos que mais de metade dos respondentes (60,2%) afirmou ser a primeira vez que visitaram Peniche para praticar surf e 18,9% já visitaram anteriormente o concelho uma vez. Estes dados levam-nos a considerar o enorme potencial de crescimento deste sector e a reflectir sobre as estratégias de fidelização dos turistas de surf, tendo obviamente consequências positivas na economia local.

4.4.2. Épocas de Visitas Anteriores

SE JÁ VISITOU, INDIQUE EM QUE ÉPOCA			
Época		N	(%)
Primavera	Sim	20	9,71%
	Não	186	90,29%
Verão	Sim	51	24,76%
	Não	155	75,24%
Outono	Sim	36	17,48%
	Não	170	82,52%
Inverno	Sim	13	6,31%
	Não	193	93,69%

Quadro 4.20. – Época do ano de visitas anteriores a Peniche para praticar surf

Verificamos que existe uma tendência para visitar Peniche para praticar surf durante a época de Verão, seguidamente da época de Outono. 24,76% dos turistas que já visitaram anteriormente Peniche afirmaram tê-lo feito no Verão e 17,48% referiram que visitaram durante a época do Outono. Verificamos assim que, apesar de esta ser uma modalidade possível de praticar durante o ano inteiro, existe uma sazonalidade no que respeita à visita de turistas ao concelho com o intuito de praticar surf.

4.4.3. Intenção de Voltar

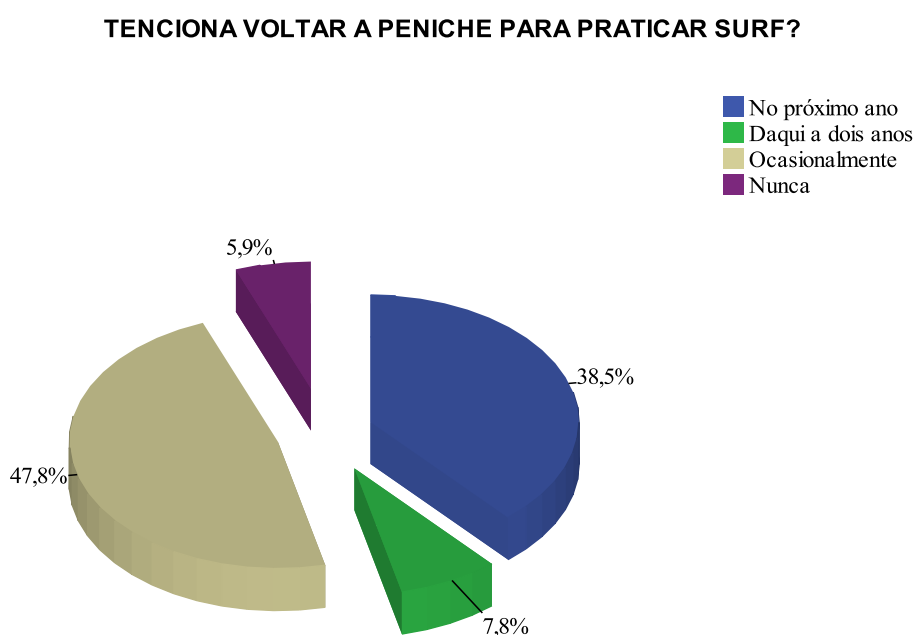


Gráfico 4.20. – Intenção de voltar a Peniche para praticar surf

Mediante a questão da pretensão de volta dos turistas ao destino de Peniche para a prática de surf, apenas 5,9% “nunca” mais pretende voltar ao destino. Concluímos, numa súmula de dados, que 94,1% deseja visitar Peniche novamente, portanto uma percentagem muito positiva.

4.5. Cruzamento de Variáveis

Efectuámos vários cruzamentos de variáveis com o intuito de especificar mais o perfil do turista de surf que visita o concelho de Peniche para praticar surf e de obter dados adicionais acerca do impacto económico e da sazonalidade.

A par destes cruzamentos, efectuámos também correlações destes cruzamentos através dos coeficientes de Kendall's Tau_b e de Pearson. Contudo, verificámos apenas correlações fracas que se constituem como pouco significativas, o que nos pode levar a concluir a independência das variáveis estudadas, mediante os dados recolhidos aos inquiridos.

Efectuámos, então, os seguintes cruzamentos e correlações (Anexo E):

- Gastos diários_ tempo de permanência;
- Gastos diários_ rendimento mensal líquido;
- Rendimento mensal líquido_ tipo de alojamento utilizado;
- País de residência_ rendimento mensal líquido;
- Gastos em transportes_ tipo de alojamento utilizado;
- Gastos diários_ país de residência;
- Gastos com a prática de surf_ país de residência;
- Principal meio de transporte_ forma de organização da viagem;
- Gastos com alojamento_ tipo de alojamento utilizado;
- Habilitações literárias_ rendimento mensal líquido;
- Tempo de permanência_ tipo de alojamento utilizado;
- Tipo de alojamento utilizado_ já visitou anteriormente Peniche?.

A destacar, no cruzamento entre as variáveis “Gastos diários_ país de residência” que os portugueses são aqueles que declararam gastar menos por dia, excluindo viagens e alojamento, gastando em maioria, até 50 € diariamente. Os restantes turistas de outras nacionalidades gastaram, em média, entre 21 € e 100 €.

Destacamos também, no cruzamento entre as variáveis “Principal meio de transporte_ forma de organização da viagem”, que a grande maioria dos viajantes independentes viajaram em carro particular.



5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Apesar da área em estudo e, mais concretamente o campo de aplicação, ser ainda relativamente recente e com um número reduzido de investigações, pretendeu-se, com o presente estudo, contribuir para o aumento do conhecimento científico e, ao mesmo tempo, fornecer ferramentas válidas que contribuam para o desenvolvimento da economia local e tenham aplicabilidade no mundo da gestão empresarial local.

O concelho de Peniche, através das suas excelentes condições e variedade de locais para a prática de surf, é uma região privilegiada, podendo aproveitar os seus recursos naturais excepcionais e desenvolver produtos ligados ao sector do turismo de surf.

A investigação acerca do perfil do turista de surf em Peniche permitiu-nos apontar algumas das suas percepções, preferências e sugestões sobre a oferta local. Consideramos pois, que as informações recolhidas podem contribuir para o conhecimento da procura neste sector e para o planeamento turístico da região.

5.1. Principais Conclusões da Investigação

Ao identificar o perfil do segmento dos turistas surfistas que visitam Peniche, as empresas que servem este mercado poderão desenvolver estratégias que vão melhor de encontro às necessidades específicas deste segmento.

Tal como foi possível verificar a partir da amostra recolhida, tipicamente o turista de surf que visita Peniche para praticar surf é do sexo masculino e compreende maioritariamente idades entre os 21 e os 30 anos, o que poderá explicar, por exemplo, que alguns dos gastos mais elevados se tenham verificado na vida nocturna e entretenimento.

Tipicamente, o turista de surf considera razoável gastar entre 21 € e 50 € por dia, durante a sua estadia em Peniche. No entanto, existe também uma grande percentagem de turistas de surf dispostos a gastar um pouco mais, entre 51 € e 100 €, o que se

reflecte num impacto positivo na economia local que está directa e indirectamente ligada ao sector.

O principal mercado emissor de turistas de surf é o mercado ibérico, sendo predominante a presença espanhola face à portuguesa, o que deverá justificar a grande percentagem de viajantes em automóvel particular.

O turista de surf possui, normalmente, estudos superiores ao nível da licenciatura/bacharelato ou mestrado/doutoramento auferindo, maioritariamente por mês entre 1001 € e 1500 €, o que revela um potencial razoável para consumo durante a sua estadia. O facto de este ser, normalmente, trabalhador por conta de outrem poderá reflectir-se na sazonalidade verificada, com a época alta durante o Verão e Outono.

Tal como foi possível verificar a partir da amostra recolhida, a grande maioria dos surfistas viaja quase sempre acompanhado mas em pequenos grupos e permanece durante uma semana. O que é importante reter e necessário que os operadores e as empresas turísticas locais compreendam é que, reservas de pequenos grupos podem constituir uma grande parte do mercado de Turismo de Surf.

Dever-se-á tomar particular atenção às principais motivações que influenciaram a escolha de Peniche como destino de surf, tais como a qualidade das ondas, as suas praias/mar e os vários locais possíveis para praticar surf, adoptando estratégias responsáveis de conservação das mesmas.

Por outro lado, a dotação de algumas infra-estruturas nas praias, como a existência de balneários/WC's e de dispositivos para guardar valores dos praticantes, devem constituir algumas das principais preocupações das entidades competentes, no sentido de melhorar a qualidade do destino de surf e, consequentemente, contribuir para a fidelização do turista de surf. A criação destas condições nas praias poderá reflectir-se também, do ponto de vista do impacto económico, na criação de postos de trabalho.

Tendo havido um número tão elevado de inquiridos a afirmar que prefere ser um viajante independente, a adquirir pacotes promocionais, tal poderá indiciar que o envolvimento das empresas do sector turístico nos surfistas esteja limitado à marcação de reservas para passagens aéreas, alojamento e transportes necessários para

deslocações. Este facto pode dever-se ao grande conhecimento que os surfistas possam ter de um destino, quer pela sua investigação pessoal, quer pelo *passa-palavra*.

Por outro lado, tendo-se verificado reduzidos gastos directamente relacionados com a prática de surf, julgamos ser pertinente ponderar as estratégias da oferta local nesta área. Tendo-se também constatado a intenção de regresso da esmagadora maioria dos inquiridos, poderá perspectivar-se o fomento de uma nova oportunidade de negócio que valerá a pena explorar, provavelmente, através da constituição da oferta em pacotes promocionais.

A questão da fidelização dos turistas de surf é um factor importante para o desenvolvimento do concelho. A grande maioria dos inquiridos veio praticar surf a Peniche pela primeira vez, o que faz perspectivar que, com estratégias e políticas de fidelização adequadas por parte das empresas locais a operar neste sector, se possa verificar um desenvolvimento turístico promissor do concelho com repercussões claras na economia local.

Assim, acreditamos que a adequação das estratégias públicas e privadas para o desenvolvimento turístico do concelho, tendo em conta as informações recolhidas na presente investigação, poderão contribuir para um aumento da procura turística neste segmento, atrair mais investimento, desencadeando mais empregos que produzam a inclusão da população e que contribuam, juntamente com outras políticas públicas, para consolidar Peniche como um importante destino de surf a nível mundial. Explorar o correcto posicionamento, conforme as características intrínsecas deste segmento, é fundamental para o aumento do turismo de surf.

5.2. Limitações da Investigação

Sabemos que os resultados apresentados não esgotam a necessidade de pesquisas que abranjam um universo maior de turistas de surf. Na presente investigação, a questão

temporal foi um factor limitativo, no sentido de não conseguirmos obter uma amostra maior.

Também no que concerne às limitações relativas à amostra, deve ter-se algum cuidado na interpretação dos resultados e na sua extrapolação para o universo de estudo, uma vez que a amostra recolhida pode não ser representativa da população de turistas praticantes de surf.

5.3. Perspectivas de Investigação Futuras

Constitui-se interessante, em futuras investigações relacionadas com este tema, considerar os seguintes aspectos:

- 1 - Incluir a replicação deste estudo com uma amostra maior a nível local;
- 2 – Realizar este estudo em outras regiões do país propícias à prática de surf e que recebem turistas de surf, no sentido de contribuir para o desenvolvimento dos locais e também de poder efectuar comparações entre as diversas regiões do país;
- 3 – Efectuar uma investigação à escala nacional;
- 4 - A inclusão das variáveis: tamanho e tipo de ondas preferidas numa futura investigação, permitirá que os turistas surfistas não acabem defraudados quanto às expectativas das ondas num determinado destino, uma vez que estas não se adequam aos seus gostos ou categoria.
- 5 – Investigar a adequação da indústria local ao perfil de turista de surf tipificado no presente estudo.



BIBLIOGRAFIA

Ambiente, Surf e Economia – Uma Triologia de Sucesso a Nível Local (2009). Data de Publicação: Dezembro de 2009. [<http://www.camarasverdes.pt/tema-especial/361-ambiente-surf-e-economia-uma-trilogia-de-sucesso-ao-nivel-local.html>]. Data de pesquisa: 20-03-2010.

Barilotti, S. (2002). *Lost Horizons: Surfer Colonialism in the 21st Century*. The Surfer's Journal, 11 (3), 89-97.

Bicudo, P. e Horta, A. (2009a) *Integrating Surfing in the Socio-economic and Morphology and Coastal Dynamic Impacts of the Environmental Evaluation of Coastal Projects*. *Journal of Coastal Research*. ICS.

Bicudo, Pedro (2009b). *Portugal Está na Linha da Frente na Investigação das Tecnologias Ligadas ao Surf*. Surfingportugal.com. Data de Publicação: 13 de Outubro de 2009. [<http://www.surfingportugal.com/index.php?opcao=80&tipo=entrevista&PHPSESSID=783772ff0872a361686ceb380740393c>]. Data de Pesquisa: 20-02-2010.

Bosch, J. e Torrente, D. (1993). *Encuestas Telefónicas y por Correo*, Madrid, CIS – Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección Cuadernos Metodológicos, 9.

Bunge, M. (1980). *Teoria Estática, La Investigación Científica: su Estrategia y su Filosofía*. Barcelona: Ariel.

Buckley, R. (2002). *Surf tourism and Sustainable Development in Indo-Pacific Island: I. The Industry and the Islands*. *Journal of Sustainable Tourism* 10.

Calhoun, N. (2009). *Behind Surf Tourism. Robertsport Community Works*. Data de Publicação: 21 de Agosto de 2009. [<http://robertsportcommunityworks.blogspot.com/2009/08/behind-surf-tourism.html>]. Data de Pesquisa: 07-01-2010.

Câmara Municipal de Peniche (2009). *Capital da Onda vai Receber Estrelas do Surf Mundial*, in Peniche, Jornal Municipal, Nº 07, Setembro.

Câmaras Verdes (2009). *Recifes Artificiais – Nova tecnologia para obras costeiras multifuncionais*. *Camarasverdes.pt*, Data de Publicação: 31 de Março de 2009. [<http://www.camarasverdes.pt/entrevista/111-recifes-artificiais-nova-tecnologia-para-obrascosteiras-multi-funcionais.html>]. Data de Pesquisa 16.11.2009.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd, R., Wanhill, S. (1998). *Tourism: Principles and Practice*. Londres, Longman. C.

Cruz, Bruno (2008). Data de Publicação: 13 de Novembro de 2008. [<http://surfdesignbybotodacruz.blogspot.com/>]. Data de Pesquisa: 23-05-2010.

Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.

Custódio, A. (2008). *Metodologia para Avaliação dos Impactes Socio-económicos da Implantação de Obras Costeiras – Caso de Estudo: Recife Artificial para o Surf, São Pedro do Estoril*. [Dissertação para a Obtenção do Grau de Mestre]. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior Técnico; Engenharia Ambiental.

Dolnicar, S. e Flucker, M. (2003). *Who`s Riding the Wave? – An Investigation into Demographic and Pshychographic Characteristics of Surf Tourists*, CAUTHE Working Paper, Victoria University, Australia.

Eurosport (2009). *A História do Surf*. Data de Publicação: 04 de Julho de 2009. [http://tv.eurosport.pt/adventure/storynews_sto1946012.shtml]. Data de pesquisa: 25-06-2010.

EuroSIMA – European Surf Industry Manufacturers, (2006). *EuroSIMA Surf Summit: the new tracks of surf business*.

Flucker, Martin (2003). *Riding the Wave: Defining Surf Tourism*, CAUTHE Working Paper, Victoria University, Austrália.

FPS – Federação Portuguesa de Surf (2010). Sítio Oficial da Federação Portuguesa de Surf.

Gamito, Teresa (2008). *Turismo Marítimo*, comunicação apresentada no colóquio *O Mar no Pensamento Estratégico Nacional*, realizado no âmbito do Desenvolvimento da Economia do Mar, Instituto da Defesa Nacional, 25 de Novembro, 2008.

Gandara, José Manoel Gonçalves (2003). *Ações Comunicativas do Destino Turístico de Curitiba*. In: Rejowski, Mirian, Costa, Benny Krammer (Orgs). *Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão*. São Paulo: Atlas.

Herman, J. (1983). *Les Langages de la Sociologie*. Paris: Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?.

Hill, M. e Hill, A. (2000). *Investigação por Questionário*, Lisboa. Edições Sílabo.

Hill, M. e Hill, A. (2008). *Investigação por Questionário*, 2ª ed. Lisboa. Edições Sílabo.

INE, I.P. (2008). *Anuário Estatístico da Região Centro 2008*. Instituto Nacional de Estatística, I.P. Lisboa – Portugal. Data de Publicação: 2009. [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=79281345&PUBLICACOESmodo=2]. Data de Pesquisa: 27-03-2010.

Kampion, D. & Brown, B. (1997). *Stoked: A history of surf culture*. Los Angeles: General.

Kampion, D. & Brown, B. (2003). *Uma História da Cultura do Surf*. Ed. Evergreen.

Kinnear, T. e Taylor, J. (1996). *Marketing Research: an Applied Approach*, 5ª Ed. McGraw-Hill, New York.

Kojin, Adrian (2001). *California Dreaming*. Revista Fluir. São Paulo, n.186 p.56-71.

Lakatos, E. & Marconi, M. (1992). *Metodologia do Trabalho Científico*. 4ª Edição, Atlas. São Paulo.

Leal, A. P. (2007). *Surf nas Ondas do Negócio*. Revista Exame. [Jornal On-line]. Ed. 280. [<http://www.exame.pt/280/html/surfnegocio.html>].

Lextec - Léxico Técnico de Português. [http://www.instituto-camoes.pt/lextec/por/domain_8/definition/15805.html]. Data de Pesquisa: 19-03-2010.

Lopes, J. M. (2008). *Surf e Bodyboard como Produtos Turísticos da Região Autónoma da Madeira*. Dissertação apresentada com vista à obtenção do grau de Mestre em Educação Física e Desporto. Universidade da Madeira – Departamento de Educação Física e Desporto. Funchal.

MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Nova Iorque, Schocken Books.

Macedo, J. (2004). *Livro 7 – Como Ser Surfista*. Edição Prime Books.

Marques, A. (2008). *Audição Pública sobre Turismo Litoral*. Comunicação apresentada na 1ª Audição Pública “Turismo Litoral. Os Aspectos do Desenvolvimento Regional”, realizada no âmbito do Impacto do Turismo nas Regiões Costeiras. Universidade do Algarve, 23 de Junho de 2008. Faro.

Mathieson, A. e Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow. Longman.

McIntosh, R. W., e Goeldner, C. R. (1996). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*, Nova Iorque, John Wiley, 5ª ed..

Melo, F; Dantas, E.; Santos, L.A.; Ramos, W.L.; Ferreira, L.F. (2008). *Importância das Políticas Públicas no Desenvolvimento do Turismo Sustentável no Arquipélago de Fernando Noronha*. In: II Seminário Internacional de Turismo Sustentável; Maio de 2008; Fortaleza.

Middleton, V.T.C. (1988). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford, Butterworth and Heinemann.

Miller, D. C. (1991). *Handbook of Research Design and Social Measurement*, Londres, Sage Publications, 5ª ed.

Moreira Jr, E. (2005). *Zona Costeira em Portugal – Uma Reflexão Crítica*. Oceanography and Marine Science Group.

Morrison, A.M., Hsieh, S. & O'Leary, J.T. (1993). *Travel arrangement classifications for European international travellers*. In: Gasser, R.V.; Weiermair, K. (orgs.). *Spoilt for Choice: Decision Making Processes and Preference Changes of Tourists*. Proceedings of the Institute of Tourism and Service Economics International Conference. pp.221-235. University of Innsbruck.

Murphy, M. e Bernal, M. (2008). *The Impact of Surfing on the Local Economy of Mundaka, Spain*. Save the Waves Coalition – Protecting Surf Spots Globally, College of Oceanic and Atmospheric Sciences Oregon State University e University Madrid, Spain.

Nunes, José Miguel (s.d.). *Primórdios do Surf Penicheiro – Homenagem aos Antigos Surfistas*. Data de Publicação: sem data. [<http://www.cm-peniche.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=0d37dfa7-adac-4d2d-bd68-1746f786985c&m=b168>]. Data de Pesquisa: 03 de Maio de 2010.

Nunes, José Miguel (2007a). *História do Surf Penicheiro I*. Data de Publicação: 03 de Setembro de 2007. [http://www.jornaldepeniche.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=23]. Data de Pesquisa: 03 de Maio de 2010.

Nunes, José Miguel (2007b). *História do Surf Penicheiro VIII*. Data de Publicação: 2007. [http://www.jornaldepeniche.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=102&Itemid=23]. Data de Pesquisa: 03 de Maio de 2010.

Nunes, José Miguel (2007c). *História do Surf Penicheiro X*. Data de Publicação: 2007. [http://www.jornaldepeniche.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=120&Itemid=23]. Data de Pesquisa: 03 de Maio de 2010.

Nunnally, J. C. & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*. 3ª ed. New York: McGraw-Hill.

Organização Mundial de Turismo (1991). *Ottawa Conference on Travel and Tourism Statistics*. Data de Publicação 1991. [http://www.unwto.org/index_s.php]. Data de Pesquisa: 22-03-2010.

Organização Mundial do Turismo (2007). *UNWTO World Tourism Barometer*. Data de Publicação: Junho de 2007. Vol. 5. Nº 2. [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/unwto_barom07_2_en_excerpt.pdf]. Data de Pesquisa: 22-03-2010.

Organização Mundial do Turismo (2010). *International Recommendations on Tourism Statistics 2008 – Economic & Social Affairs*. New York: ONU/OMT.

Pereira, H. G. (2008). *Determinantes da fidelização na compra de produtos turísticos online*, tese de doutoramento em Marketing, Lisboa, ISCTE.

Pereira, N. (2005). *Sport Tourism: Regional Promotion Strategies*. University of Minho.

Preto, M. V., (2008). *Peniche – Capital da Onda: Desenvolvimento da Marca*. Service Profit Consulting. Data de Publicação: 13 de Junho de 2008. [http://www.cm-peniche.pt/_uploads/sabores2008/penichecapitalonda_iiconvencaosoupeniche.pdf]. Data de Pesquisa: 04-05-2010.

Presidência da República Portuguesa (2007). *3ª Jornada de Ciências e Tecnologia do Mar – Documento de Enquadramento*. Roteiro para a Ciência. Data de Publicação: 08 de Outubro de 2007. [http://www.presidencia.pt/archive/doc/RoteiroCiencia_3Jor_DocumentoEnquadramentoV2.pdf]. Data de Pesquisa: 16-08-2010.

Rios, Pedro (2009). *Onda de luxo pode valer 100 milhões de euros por ano*. RadioRenascença.pt. Data de Publicação: 30 de Outubro de 2009. [http://www.rr.pt/informacao_detalhe.aspx?fid=1128&did=77261]. Data de Pesquisa: 02-07-2010.

Rocha, J. M. (2008). *História do Surf em Portugal – As origens*. Quimera.

Ruschamann, D. M. (1991). *Marketing Turístico: um enfoque promocional*. Campinas, S.P.: Papyrus.

SaeR – Sociedade de Avaliação Estratégica e Risco, Lda. (2008). *O hypercluster da economia do mar - Um domínio de potencial estratégico para o desenvolvimento da economia portuguesa*. Associação Comercial de Lisboa.

SaeR / ACL (2009). *Hypercluster da Economia do Mar: Um domínio de potencial estratégico para o desenvolvimento da economia portuguesa*. Data de Publicação: Fevereiro de 2009. [<http://www.portchambers.com/Files/Documents/Hypercluster%20da%20Economia%20do%20Mar.pdf>]. Data de Pesquisa: 10-03-2010.

Saurice, A. (2009). *Surf Tourism Booms in NSW*. in News.com.au. Data de Publicação: 01 de Outubro de 2009. [<http://www.news.com.au/travel/holiday-ideas/surf-tourismbooms-in-nsw/story-e6frfqdi-1225781435019>]. Data de Pesquisa 12-03-2010.

Schlüter, R. (2003). *Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria*. 2ª Edição, Aleph. São Paulo.

Sequeira, N. (2010). *O Ensino do Surf em Portugal: Opinião de Nuno Sequeira*. Revista Surftotal. Data de Publicação: 11 de Agosto de 2010. [http://www.surftotal.com/pt/index.php?option=com_k2&view=item&id=2163:o-ensino-do-surf-em-portugal-opini%C3%A3o-de-nuno-sequeira&Itemid=14]. Data de pesquisa: 20 de Agosto de 2010.

Silva, Pedro Adão (2005). *Salvar Carcavelos e o Resto das Ondas*. Ondas. Data de Publicação: 20 de Fevereiro de 2005. [<http://ondas.weblog.com.pt/arquivo/182606.html>]. Data de Pesquisa: 16-02-2010.

Silva, Pedro Adão (2009a). *A Economia do Surf*. Económico. Data de Publicação: 20 de Outubro de 2009. [http://economico.sapo.pt/noticias/a-economia-do-surf_72359.html]. Data da pesquisa: 16-02-2010.

Silva, Pedro Adão (2009b). *Potencial das Ondas – O Surf na Ericeira*. A Sombra do Convento. Data de Publicação: 23 de Outubro de 2009. [<http://sombradoconvento.blogspot.com/2009/10/potencial-das-ondas-o-surf-na-ericeira.html>]. Data da Pesquisa: 16-02-2010.

Silva, Pedro Adão (2010). *A Importância do Surf nas Cidades*. Surftotal. Data de Publicação: 15 de Março de 2010. [http://www.surftotal.com/pt/index.php?option=com_k2&view=item&id=1095:semin%C3%A1rio-chama-aten%C3%A7%C3%A3o-para-import%C3%A2ncia-do-surf&Itemid=2]. Data da Pesquisa: 26-04-2010.

Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Human Kenetics, Champaign. USA.

Surfpoint (2008). *História do Surf*. Data de Publicação: 31 de Outubro de 2008. [<http://surfpoint.blogs.sapo.pt/2008/10/>]. Data de Pesquisa: 03 de Maio de 2010.

THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.) (2006). *10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal – Turismo Náutico*. Turismo de Portugal, I.P., Lisboa.

Tourism NSW (2009). *Catching the Wave – Tourism NSW's action plan to consolidate the State's position as Australia's premier surf destination*, NSW Governament.

Turespaña – Instituto de Turismo de España (2008). *Turismo Náutico: Estudios de productos turísticos*. 2ª Edicion. Espanha.

Turismo de Portugal (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo – Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Turismo de Portugal, I.P., Lisboa.

Turismo de Portugal (2009). *Rip Curl Pro Search 2009 Distinguido pelos Prémios Turismo de Portugal*. Data de Publicação: 2009. [<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasActividade/ProdutoseDestinos/Pages/TurismoN%C3%A1utico.aspx>]. Data de Pesquisa: 02-05-2010.

Turismo de Portugal (2010). *Caracterização do Produto Turismo Náutico – Documento Técnico*. Turismo de Portugal, I.P., Lisboa.

Vaz, Gustavo Cabral (2008). *História Resumida do Surfe*. Data de Publicação: 10 de Novembro de 2008. [<http://www.datasurfe.com.br/2008/09/histria-resumida-do-surfe.html>]. Data de Pesquisa: 03-05-2010.

Warshaw, M. (2004). *Zero Break: an Illustrated Collection of Surf Writing, 1777-2004*, Harcourt.

World Tourism Organization (1991). *Recommended measures for tourism safety*. Data de publicação: 2009. [http://www.unwto.org/quality/safety/en/safety_01_1.php?op=5&subop=27]. Data de pesquisa: 23-08-2010.

Outros Documentos Consultados:

Magna Carta de Peniche 2025.

Plano Director Municipal de Peniche.

Protocolo de Cooperação entre o Município de Peniche e a Escola Superior de Desporto de Rio Maior – IPS, 26 de Janeiro de 2009.

Relatório de Gestão Municipal - Serviços de Turismo da Câmara Municipal de Peniche.

Relatório de Inquéritos Rip Curl Pro Search 2009.

Registos da Associação das Marítimo turísticas – Peniche.

Sites Consultados:

Biarritz Tourism Office, www.biarritz.fr

Câmara Municipal de Peniche, www.cm-peniche.pt

Costasur, <http://tarifa.costasur.com/en/surfing.html>

DGAL, <http://www.dgaa.pt/default.asp?s=12162>

DGPA, http://www.dgpa.min-agricultura.pt/portal/page?_pageid=33,1&_dad=portal&_schema=PORTAL

Global Surf News, www.globalsurfnews.com/news.asp?Id_news=26149

Junta de Freguesia de Atouguia da Baleia, <http://www.atouguiadabaleia.net/>

Save the Waves, www.savethewaves.org

Surfline, www.surfline.com/travel/index.cfm?id=6933

Surfrider Foundation, www.surfrider.org

Surf Portugal, <http://aeiou.surfportugal.pt/>

S.O.S. – Salvem o Surf, <http://salvemosurf.org/sos/>

S.O.S. Cabedelo, <http://soscabedelo.blogspot.com/>

Thesurfingsite, www.thesurfingsite.com

Via Michelin, <http://www.viamichelin.pt/>

Wannasurf, www.wannasurf.com/spot/Europe/Peniche/

Wikipedia, http://pt.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1gina_principal



ANEXOS

ANEXO A

(Questionário Final – Versão Portuguesa)

ANEXO B

(Questionário Final – Versão Inglesa)

ANEXO C

(Questionário Final – Versão Espanhola)

ANEXO D

(Teste de Confiabilidade Alfa de Cronbach)

Teste de Confiabilidade

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,782	,843	74

ANEXO E

(Cruzamento de Variáveis e Correlações)

Gastos diários_ tempo de permanência

		Quanto tempo vai permanecer em Peniche			
		2 a 3 dias	Uma semana	Entre uma e duas semanas	Mais de duas semanas
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
Gastos diários, excluindo viagem e alojamento?	Menos de 20 €	10,2%	7,8%	2,4%	2,9%
	Entre 21 e 50 €	12,6%	17,0%	3,9%	2,4%
	Entre 51 e 100 €	12,1%	19,4%	1,9%	0,0%
	Entre 101 e 200 €	1,9%	1,5%	0,5%	0,0%
	Entre 201 e 300 €	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%
	Entre 301 e 400 €	0,5%	0,5%	0,5%	0,0%
	Mais de 40 0€	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%

Correlations Gastos Diários_ tempo de permanência

		Gastos diários, excluindo viagem e alojamento?	Quanto tempo vai permanecer em Peniche
Gastos diários, excluindo viagem e alojamento?	Pearson Correlation	1	-,049
	Sig. (2-tailed)		,482
	Sum of Squares and Cross-products	244,490	-8,956
	Covariance	1,193	-,044
	N	206	206
Quanto tempo vai permanecer em Peniche	Pearson Correlation	-,049	1
	Sig. (2-tailed)	,482	
	Sum of Squares and Cross-products	-8,956	136,415
	Covariance	-,044	,662
	N	206	207

Gastos Diários_ rendimento mensal líquido

		Rendimento médio mensal líquido							
		Não tem rendimentos	Inferior a 500 €	Entre 500 e 800 €	Entre 801 e 1000 €	Entre 1001 e 1500 €	Entre 1501 e 2000 €	Entre 2001 e 3000 €	Mais de 3000 €
		%	%	%	%	%	%	%	%
Gastos diários, excluindo viagem e alojamento?	Menos de 20 €	6,0%	3,5%	2,0%	3,5%	5,5%	2,0%	1,0%	0,5%
	Entre 21 e 50 €	9,0%	2,0%	3,0%	5,5%	10,0%	3,0%	2,0%	1,5%
	Entre 51 e 100 €	4,0%	0,0%	3,0%	4,0%	11,5%	7,5%	1,0%	1,5%
	Entre 101 e 200 €	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%	0,0%	0,0%
	Entre 201 e 300 €	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%
	Entre 301 e 400 €	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,5%
	Mais de 40 0€	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Correlations Gastos Diários_ Rendimento Mensal Líquido

			Gastos diários, excluindo viagem e alojamento?	Rendimento médio mensal líquido
Kendall's tau_b	Gastos diários, excluindo viagem e alojamento?	Correlation	1,000	,205
		Coefficient	.	,000
		Sig. (2-tailed)	206	200
	Rendimento médio mensal líquido	Correlation	,205	1,000
		Coefficient	,000	.
		Sig. (2-tailed)	200	200
		N		

Rendimento Mensal Líquido_ tipo de alojamento utilizado

		Rendimento médio mensal líquido							
		Não tem rendimentos	Inferior a 500 €	Entre 500 e 800 €	Entre 801 e 1000 €	Entre 1001 e 1500 €	Entre 1501 e 2000 €	Entre 2001 e 3000 €	Mais de 3000 €
		%	%	%	%	%	%	%	%
Tipo de alojamento utilizado	Parque de Campismo	5,5%	1,5%	3,0%	4,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,5%
	Auto Caravana	3,5%	0,5%	0,5%	1,5%	8,0%	1,5%	0,0%	0,0%
	Surfcamp	5,0%	0,5%	1,0%	1,0%	7,5%	6,0%	2,0%	2,5%
	Alojamento Local	0,5%	2,0%	0,5%	2,0%	3,5%	0,5%	0,5%	0,0%
	Hotel	2,5%	0,0%	0,0%	1,0%	6,5%	5,0%	2,0%	0,5%
	Aluguer de casa	2,5%	1,0%	3,0%	3,5%	2,0%	2,0%	0,0%	0,5%
	Outro	1,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%

Correlations Rendimento Mensal Líquido_ tipo de alojamento utilizado

		Rendimento médio mensal líquido	Que tipo de alojamento está a utilizar
Rendimento médio mensal líquido	Pearson Correlation	1	,124
	Sig. (2-tailed)		,081
	Sum of Squares and Cross-products	819,020	86,070
	Covariance	4,116	,433
	N	200	200
Que tipo de alojamento está a utilizar	Pearson Correlation	,124	1
	Sig. (2-tailed)	,081	
	Sum of Squares and Cross-products	86,070	605,217
	Covariance	,433	2,938
	N	200	207

País de residência_ rendimento mensal líquido

		Rendimento médio mensal líquido							
		Não tem rendimentos	Inferior a 500 €	Entre 500 e 800 €	Entre 801 e 1000 €	Entre 1001 e 1500 €	Entre 1501 e 2000 €	Entre 2001 e 3000 €	Mais de 3000 €
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
País de Residência	Portugal	3,5%	2,0%	5,0%	4,5%	5,5%	2,0%	0,5%	1,0%
	Espanha	8,0%	1,0%	0,5%	3,5%	9,5%	3,5%	2,0%	0,0%
	Reino Unido	4,0%	0,5%	0,5%	1,5%	3,5%	3,0%	0,5%	0,5%
	França	1,0%	0,5%	0,5%	0,5%	1,0%	0,5%	0,0%	0,0%
	Holanda	1,0%	0,0%	0,5%	1,0%	2,5%	1,5%	0,0%	0,5%
	Alemanha	2,0%	1,5%	0,5%	0,0%	1,5%	2,0%	1,0%	1,0%
	Outros	1,0%	0,5%	0,5%	2,0%	5,5%	2,5%	0,5%	1,0%

Correlations País de Residência_ rendimento mensal líquido

		Rendimento médio mensal líquido	País de Residência
Rendimento médio mensal líquido	Pearson Correlation	1	,160
	Sig. (2-tailed)		,023
	Sum of Squares and Cross-products	819,020	155,930
	Covariance	4,116	,784
	N	200	200
País de Residência	Pearson Correlation	,160	1
	Sig. (2-tailed)	,023	
	Sum of Squares and Cross-products	155,930	1188,415
	Covariance	,784	5,769
	N	200	207

Gastos em transportes_ tipo de transporte utilizado

		Gastos em transportes				
		Menos de 100 €	Entre 100 e 200 €	Entre 201 e 400 €	Entre 401 e 800 €	Mais de 800 €
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
Tipo de transporte utilizado	Avião	3,5%	11,5%	9,0%	7,5%	3,0%
	Comboio	0,0%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%
	Autocarro/Taxi	1,5%	3,0%	1,5%	0,0%	0,0%
	Carro particular	18,0%	11,5%	11,5%	6,5%	2,5%
	Outro	1,0%	3,0%	1,0%	2,0%	1,5%

Correlations Gastos em transportes_ tipo de transporte utilizado

		Quanto gastou / Quanto prevê gastar em transportes de ida e volta durante a viagem?	Qual o principal meio de transporte que utilizou na sua viagem
Quanto gastou / Quanto prevê gastar em transportes de ida e volta durante a viagem?	Pearson Correlation	1	-,149
	Sig. (2-tailed)		,036
	Sum of Squares and Cross-products	297,102	-53,850
	Covariance	1,456	-,271
	N	205	200
Qual o principal meio de transporte que utilizou na sua viagem	Pearson Correlation	-,149	1
	Sig. (2-tailed)	,036	
	Sum of Squares and Cross-products	-53,850	453,505
	Covariance	-,271	2,256
	N	200	202

Gastos Diários_ país de residência

		Gastos diários, excluindo viagem e alojamento						
		Menos de 20 €	Entre 21 e 50 €	Entre 51 e 100 €	Entre 101 e 200 €	Entre 201 e 300 €	Entre 301 e 400 €	Mais de 40 0€
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
País de Residência	Portugal	8,7%	5,8%	6,3%	0,5%	0,0%	1,5%	0,5%
	Espanha	4,9%	10,7%	9,7%	1,5%	0,5%	0,0%	0,0%
	Reino Unido	1,0%	6,8%	6,8%	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%
	França	1,0%	1,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Holanda	0,5%	3,9%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Alemanha	3,4%	3,9%	1,9%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%
	Outros	3,9%	3,9%	4,4%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Correlations Gastos diários_ país de residência

			País de Residência	Gastos diários, excluindo viagem e alojamento?
Kendall's tau_b	País de Residência	Correlation Coefficient	1,000	,012
		Sig. (2-tailed)	.	,837
		N	207	206
	Gastos diários, excluindo viagem e alojamento?	Correlation Coefficient	,012	1,000
		Sig. (2-tailed)	,837	.
		N	206	206

Gastos com a prática de surf_ país de residência

		Gastos com a prática de surf					
		0 €	Menos de 50 €	Entre 51 e 100 €	Entre 101 e 200 €	Entre 201 e 400 €	Mais de 400 €
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
País de Residência	Portugal	18,4%	1,0%	3,4%	0,5%	0,0%	0,0%
	Espanha	17,0%	3,9%	5,3%	0,5%	0,0%	0,5%
	Reino Unido	8,7%	2,4%	4,4%	0,0%	0,0%	0,0%
	França	2,4%	0,5%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Holanda	5,3%	1,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
	Alemanha	5,3%	1,0%	2,9%	0,0%	0,5%	0,0%
	Outros	8,3%	2,9%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%

Correlations Gastos com a prática de surf_ país de residência

		País de Residência	Gastos com a prática de surf
País de Residência	Pearson Correlation	1	,069
	Sig. (2-tailed)		,327
	Sum of Squares and Cross-products	1188,415	31,223
	Covariance	5,769	,152
	N	207	206
Gastos com a prática de surf	Pearson Correlation	,069	1
	Sig. (2-tailed)	,327	
	Sum of Squares and Cross-products	31,223	175,558
	Covariance	,152	,856
	N	206	206

Principal meio de transporte_ forma de organização da viagem

		Principal meio de transporte utilizado				
		Avião	Comboio	Autocarro/Taxi	Carro particular	Outro
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
Qual a forma de organização da viagem?	Pacote promocional	17,4%	0,0%	2,0%	6,0%	1,0%
	Viajante independente	17,9%	1,0%	4,0%	43,3%	7,5%

Correlations Principal meio de transporte_ forma de organização da viagem

		Qual a forma de organização da viagem?	Qual o principal meio de transporte que utilizou na sua viagem
Qual a forma de organização da viagem?	Pearson Correlation	1	,385
	Sig. (2-tailed)		,000
	Sum of Squares and Cross-products	39,364	51,100
	Covariance	,192	,255
	N	206	201
Qual o principal meio de transporte que utilizou na sua viagem	Pearson Correlation	,385	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	Sum of Squares and Cross-products	51,100	453,505
	Covariance	,255	2,256
	N	201	202

Gastos com alojamento_ tipo de alojamento utilizado

		Gastos com alojamento						
		0 €	Menos de 50 €	Entre 51 e 100 €	Entre 101 e 200 €	Entre 201 e 300 €	Entre 301 e 400 €	Mais de 400 €
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
Tipo de alojamento utilizado	Parque de Campismo	1,4%	5,3%	7,7%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Auto Caravana	14,0%	0,5%	0,0%	1,9%	0,5%	0,0%	0,0%
	Surfcamp	6,8%	1,4%	5,3%	4,8%	3,9%	2,9%	0,5%
	Alojamento Local	0,0%	1,4%	3,9%	1,9%	1,4%	0,5%	0,0%
	Hotel	1,4%	0,0%	2,4%	4,8%	3,9%	1,9%	2,4%
	Aluguer de casa	1,4%	2,4%	2,4%	5,8%	0,5%	1,4%	0,0%
	Outro	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Correlations Gastos com alojamento_ tipo de alojamento utilizado

		Que tipo de alojamento está a utilizar	Gastos com alojamento
Que tipo de alojamento está a utilizar	Pearson Correlation	1	,324
	Sig. (2-tailed)		,000
	Sum of Squares and Cross-products	605,217	194,261
	Covariance	2,938	,943
	N	207	207
Gastos com alojamento	Pearson Correlation	,324	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	Sum of Squares and Cross-products	194,261	593,913
	Covariance	,943	2,883
	N	207	207

Habilitações literárias_ rendimento mensal líquido

		Habilitações Literárias							
		Sem escolaridade	1º Ciclo do ensino básico	2º Ciclo do ensino básico	3º Ciclo do ensino Básico	Ensino Secundário	Curso Técnico Profissional	Bacharelato / Licenciatura	Mestrado / Doutoramento
		%	%	%	%	%	%	%	%
Rendimento médio mensal líquido	Não tem rendimentos	0,0%	1,0%	0,0%	0,5%	4,0%	3,0%	11,5%	0,5%
	Inferior a 500 €	0,5%	0,5%	0,0%	0,0%	1,0%	1,5%	2,5%	0,0%
	Entre 500 e 800 €	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	2,5%	1,5%	3,5%	0,0%
	Entre 801 e 1000 €	0,0%	1,5%	0,5%	0,0%	3,5%	3,0%	4,0%	0,5%
	Entre 1001 e 1500 €	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,5%	9,0%	10,5%	5,0%
	Entre 1501 e 2000 €	1,5%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	3,0%	4,0%	5,5%
	Entre 2001 e 3000 €	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	2,0%	1,0%
	Mais de 3000 €	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%

Correlations Habilitações literárias_ rendimento mensal líquido

			Rendimento médio mensal líquido	Habilitações Literárias
Kendall's tau_b	Rendimento médio mensal líquido	Correlation Coefficient	1,000	,156
		Sig. (2-tailed)	.	,006
		N	200	200
	Habilitações Literárias	Correlation Coefficient	,156	1,000
		Sig. (2-tailed)	,006	.
		N	200	207

Tempo de permanência_ tipo de alojamento utilizado

		Tipo de alojamento utilizado						
		Parque de Campismo	Auto Caravana	Surfcamp	Alojamento Local	Hotel	Aluguer de casa	Outro
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
Tempo de permanência em Peniche	2 a 3 dias	7,2%	6,8%	3,4%	3,9%	9,7%	6,3%	0,0%
	Uma semana	7,7%	8,7%	15,9%	3,9%	5,3%	4,3%	1,4%
	Entre uma e duas semanas	0,0%	0,5%	5,3%	1,0%	1,0%	2,4%	0,0%
	Mais de duas semanas	0,5%	1,0%	1,0%	0,5%	1,0%	1,0%	0,5%

Correlations Tempo de permanência_ tipo de alojamento utilizado

		Quanto tempo vai permanecer em Peniche	Que tipo de alojamento está a utilizar
Quanto tempo vai permanecer em Peniche	Pearson Correlation	1	,050
	Sig. (2-tailed)		,477
	Sum of Squares and Cross-products	136,415	14,275
	Covariance	,662	,069
	N	207	207
Que tipo de alojamento está a utilizar	Pearson Correlation	,050	1
	Sig. (2-tailed)	,477	
	Sum of Squares and Cross-products	14,275	605,217
	Covariance	,069	2,938
	N	207	207

Tipo de alojamento utilizado_ já visitou anteriormente Peniche?

		Tipo de alojamento utilizado						
		Parque de Campismo	Auto Caravana	Surfcamp	Alojamento Local	Hotel	Aluguer de casa	Outro
		Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %	Table N %
Já visitou anteriormente Peniche para praticar surf?	Nunca	6,3%	13,6%	16,5%	4,4%	12,1%	6,3%	1,0%
	1 vez	5,8%	1,5%	4,4%	2,4%	2,4%	1,9%	0,5%
	2 vezes	1,0%	0,5%	1,5%	1,5%	1,9%	0,0%	0,0%
	3 vezes	1,0%	1,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%
	4 vezes	1,0%	0,0%	1,9%	1,0%	0,0%	0,5%	0,0%
	5 ou mais vezes	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%	4,9%	0,5%

Correlations tipo de alojamiento utilizado_ já visitou anteriormente Peniche?

		Que tipo de alojamiento está a utilizar	Já visitou anteriormente Peniche para praticar surf?
Que tipo de alojamiento está a utilizar	Pearson Correlation	1	,171
	Sig. (2-tailed)		,014
	Sum of Squares and Cross-products	605,217	91,320
	Covariance	2,938	,445
	N	207	206
Já visitou anteriormente Peniche para praticar surf?	Pearson Correlation	,171	1
	Sig. (2-tailed)	,014	
	Sum of Squares and Cross-products	91,320	469,049
	Covariance	,445	2,288
	N	206	206